



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA NÁRODOHOSPODÁŘSKÁ

Metody hledání zaměstnání a jejich účinnost na trhu práce v USA  
Job Search Methods and Their Efficiency in the US Labour Market

Student: Tereza Rucká

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jiří Balcar, Ph.D.

Ostrava 2018

## Zadání bakalářské práce

Student: **Tereza Rucká**  
Studijní program: B6202 Hospodářská politika a správa  
Studijní obor: 6202R027 Národní hospodářství  
Téma: **Metody hledání zaměstnání a jejich účinnost na trhu práce v USA**  
**Job Search Methods and Their Efficiency in the US Labour Market**  
Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Trh práce a metody hledání zaměstnání
3. Účinnost vybraných metod hledání zaměstnání
4. Data a metodika analýzy
5. Metody hledání zaměstnání v USA
6. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

BORJAS, George J. *Labor economics*. New York: McGraw-Hill Education, 2013.

ISBN 978-1-259-25236-5.

FABERMAN, R. J., A. I. MUELLER, A. ŞAHIN and G. TOPA. *Job search behavior among the employed and non-employed*. NBER Working Paper Series, 2017, Working Paper No. 23731.

FRIJTERS, Paul and Bas van der KLAAUW. *Job Search with Nonparticipation*. IZA Discussion Paper Series, 2004, IZA DP No. 1407.

VIGNA, Della Stefano and M. Daniele PASERMAN. *Job search and impatience*. NBER Working Paper Series, 2004, Working Paper No. 10837.


Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jiří Balcar, Ph.D.**

Datum zadání: 24.11.2017

Datum odevzdání: 11.05.2018



  
Ing. Jiří Balcar, Ph.D.  
vedoucí katedry

  
prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal  
děkan fakulty

Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně. Přílohu č. 1 danou mi k dispozici, jsem samostatně doplnila.

V Ostravě dne 10.5.2018.....

T. Rucká.....

Tereza Rucká

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Ing. Jiřímu Balcarovi, Ph.D. za cenné rady,  
připomínky a trpělivost při vedení bakalářské práce.

# Obsah

<b>1</b>	<b>ÚVOD .....</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>TRH PRÁCE A METODY HLEDÁNÍ ZAMĚSTNÁNÍ.....</b>	<b>4</b>
2.1	TRH PRÁCE .....	4
2.1.1	<i>Práce a zaměstnání .....</i>	<i>5</i>
2.1.2	<i>Nabídka na trhu práce.....</i>	<i>6</i>
2.1.3	<i>Poptávka na trhu práce .....</i>	<i>7</i>
2.1.4	<i>Rovnováha na trhu práce .....</i>	<i>9</i>
2.1.5	<i>Nezaměstnanost.....</i>	<i>10</i>
2.2	ZÁKLADNÍ ASPEKTY HLEDÁNÍ ZAMĚSTNÁNÍ.....	12
2.3	POSTUPY PŘI HLEDÁNÍ ZAMĚSTNÁNÍ .....	15
2.4	INFORMAČNÍ ZDROJE PRO NALEZENÍ ZAMĚSTNÁNÍ .....	22
2.4.1	<i>Formální zdroje.....</i>	<i>22</i>
2.4.2	<i>Neformální zdroje.....</i>	<i>28</i>
<b>3</b>	<b>ÚČINNOST VYBRANÝCH METOD HLEDÁNÍ ZAMĚSTNÁNÍ .....</b>	<b>31</b>
<b>4</b>	<b>DATA A METODIKA ANALÝZY.....</b>	<b>38</b>
4.1	SURVEY OF CONSUMER EXPECTATIONS .....	39
4.1.1	<i>Vzorek respondentů .....</i>	<i>41</i>
4.1.2	<i>Sběr dat .....</i>	<i>42</i>
<b>5</b>	<b>METODY HLEDÁNÍ ZAMĚSTNÁNÍ V USA .....</b>	<b>45</b>
<b>6</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>60</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>63</b>
	<b>SEZNAM ZKRATEK.....</b>	<b>67</b>
	<b>PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE</b>	
	<b>SEZNAM PŘÍLOH</b>	
	<b>PŘÍLOHY</b>	

# 1 Úvod

Na konci roku 2008 začala globální ekonomická recese, která měla vliv na míru nezaměstnanosti<sup>1</sup>. Především postihla Spojené státy americké (dále uváděno jako USA), kdy došlo k propuštění milionů pracovníků. Výsledkem je, že více lidí hledá zaměstnání, a proto se způsob chování, který vede k hledání zaměstnání, se stal důležitým předmětem zájmu výzkumu. Nezaměstnanost je velmi stresující životní zkušeností. Jednotlivci uvádějí nižší životní spokojenost a štěstí, vyšší úroveň deprese, špatné zkušenosti, jiné problémy duševního zdraví a také sociální náklady. Jestliže se u uchazeče o zaměstnání dostaví tyto problémy, úsilí o hledání pracovního místa klesá.

Tvorba pracovních míst a nezaměstnanost jsou ovlivněny faktory, jako jsou např. ekonomické podmínky, globální konkurence, vzdělávání a demografie. Tyto faktory mohou ovlivnit počet zaměstnanců v ekonomice, délku nezaměstnanosti a mzdové sazby. Avšak v roce 2017 trh práce v USA zaznamenal impozantní růst počtu pracovních míst.

Jednou ze základních priorit člověka je mít zaměstnání. Svědčí o tom i ta skutečnost, že denně stovky, tisíce či statisíce lidí usiluje o jeho nalezení. Uchazeči o zaměstnání se od sebe liší různými faktory jako je např. vzdělání, zkušenosti, znalost cizích jazyků či věk. Ovšem úspěch získat zaměstnání není pouze založen na těchto faktorech. Důležitým aspektem je i chtíč, úsilí, sebedůvěra, sebevědomí a projev aktivity k jeho nalezení.

Najít zaměstnání ze dne na den je prakticky nemožné. Úspěchy se dostavují ve většině případů až po určitém čase. Důvodem je, že každý uchazeč při hledání zaměstnání upřednostňuje jiné preference. Někomu v první řadě záleží na finančním ohodnocení, ostatní chtějí dosáhnout praxe nebo je pro ně důležitá flexibilní doba či vzdálenost do zaměstnání. Tyto preference zpravidla prodlužují hledání zaměstnání, protože lidé jsou zaměřeni pouze na jeden aspekt, kterého se nechtějí vzdát. Naopak pozitivních výsledků mohou uchazeči docílit, pokud budou dostatečně připraveni a také důslední.

Cílem bakalářské práce je srovnání způsobů metod získání zaměstnání mezi jednotlivými skupinami na trhu práce.

---

<sup>1</sup> Nezaměstnanost v USA v roce 2009 činila 9,25 % v roce 2010 vzrostla na 9,63 %, v roce 2017 míra nezaměstnanosti je 4,4 %

Bakalářská práce se skládá z teoretické a praktické části a je rozdělena do 6 kapitol včetně úvodu a závěru. Teoretická část bakalářské práce byla zpracována na základě doporučené literatury a jiné odborné literatury.

Druhá kapitola je zaměřena na vydefinování základních pojmů, a to na trh práce, nabídku a poptávku na trhu práce, je definován rozdíl mezi prací a zaměstnáním a popsána nezaměstnanost, dále jsou uvedeny základní aspekty hledání zaměstnání a nastíněny jednotlivé etapy postupu při hledání zaměstnání. Účinnost vybraných metod hledání zaměstnání je rozebrána ve třetí kapitole. Čtvrtá kapitola je věnována datům, respektive internetového průzkumu očekávání spotřebitelů (Survey of Consumer Expectations) a jeho dodatkovému modelu Survey of Consumer Expectations – Labor Market Survey. Je zde také popsána tvorba a získávání vzorků respondentů, a jak dochází ke sběru dat od respondentů. V páté kapitole de facto v praktické části jsou charakterizovány metody hledání zaměstnání v USA mezi zaměstnanými a nezaměstnanými.



## 2 Trh práce a metody hledání zaměstnání

V této kapitole jsou definovány pojmy, jako je trh práce, nabídka a poptávka na trhu práce, uveden rozdíl mezi prací a zaměstnáním, popsána nezaměstnanost a její typy. Poté následují základní aspekty a postupy při hledání zaměstnání. V neposlední řadě jsou uvedeny zdroje, které jsou využívány při hledání zaměstnání.

### 2.1 Trh práce

Brožová (2006) uvádí, že trh práce spočívá v poptávce a nabídce po práci. Zvláštní je v tom, že schopnost pracovat se váže na člověka a každý člověk disponuje odlišnými schopnostmi, talentem a zkušenostmi. Lidé mají různé představy a požadavky na zaměstnání, které by chtěli vykonávat. Pokud přijme pracovník pracovní místo, nabízí své zkušenosti, znalosti a očekává, že bude odměněn. Zajímá se např. o mzdovou sazbu, benefity, příplatky, prémie, kolektiv a o pracovní podmínky. Na trhu práce působí mnoho dílčích faktorů, které ovlivňují jeho fungování, jedná se o odbory a kolektivní vyjednávání, minimální mzdu a další.

Existuje zde také heterogenita (různorodost), a to např. v odvětví, profesí atd. Proto je nutné rozdělit či segmentovat trh práce. Hovoříme např. o:

- **externím** (konkurence mezi zaměstnanci i firmami), **interním** (uvnitř jednotlivých podniků) trhu práce,
- **primárním**<sup>2</sup> a **sekundárním**<sup>3</sup> trhu práce či
- **formálním**<sup>4</sup> a **neformálním**<sup>5</sup> trhu práce.

Trh práce můžeme rozdělit v závislosti na základních tržních podmínkách na dva konkurenční trhy, a to na **dokonale konkurenční trh práce** a **nedokonale konkurenční trh práce** (Gajdová, Pellešová a Tuleja, 2014).

---

<sup>2</sup> primární trh práce – poskytuje lepší pracovní podmínky a také možnosti rychlejšího profesionálního růstu

<sup>3</sup> sekundární trh práce – pracovníci dostávají nižší příjem než u primárního trhu a je zde nízká pravděpodobnost profesionálního růstu

<sup>4</sup> formální trh práce – tento trh je kontrolován společenskými institucemi, které souží k jeho regulaci.

<sup>5</sup> neformální trh - naopak od formálního trhu, tento trh není regulován ani kontrolován institucemi. Zahrnuje např. výpomoci v rodině, ale může dojít i k nelegálním formám výpomoci, jako je tzv. „práce na černo“, tj. např. zaměstnávání pracovníků bez pracovního povolení

Pod pojmem dokonalý konkurenční trh práce rozumíme trh, na kterém vystupuje velký počet poptávajících a nabízejících, kdy žádný z nich nemůže ovlivnit mzdu. Nevyskytují se zde velké firmy ani odbory, které by mohly trh práce kontrolovat. Práce je na takovém trhu stejnorodá tzn., že pracovníci jsou stejně kvalifikovaní pro určitý výkon práce. Dochází zde k mobilizaci nebo-li přemísťování pracovníků na různá pracovní místa. Na tomto trhu působí dobrá informovanost (Gajdová, Pellešová a Tuleja, 2014).

Rysem dokonalé konkurence na trhu práce je, že firmy jsou na straně nabídky a pracovníci jsou na straně poptávky. Pracovníci svou práci prodávají a musí respektovat mzdu, která se na trhu vytváří a nemohou ji nijak ovlivnit (Jurečka, a kol., 2013).

Opakem dokonale konkurenčního trhu práce je nedokonalý konkurenční trh práce. Rozdílem mezi těmito trhy je, že na nedokonalém trhu vystupuje vláda, odbory a velké firmy, které mají možnost tento trh ovlivňovat, např. ovlivňují úroveň mzdy. Trh je nepružný a existují zde velké rozdíly ve mzdách a pracích.

Nedokonalostí trhu můžeme rozlišovat pomocí jednotlivých prvků, a to nabídkou práce, kde vstupují odbory a poptávkou po práci, kde se řeší problémy monopsonu<sup>6</sup> (Jurečka, a kol., 2013).

### 2.1.1 Práce a zaměstnání

V ekonomii je nutné rozlišovat práci od zaměstnání. **Práce** je označována jako cílevědomá lidská činnost, pomocí níž člověk vytváří nové statky a služby. Práci dělíme např. na:

- fyzickou a duševní,
- samostatnou a závislou,
- placenou či neplacenou (domácí práce) a
- dobrovolnou nebo nucenou.

---

<sup>6</sup> Monopson – tržní struktura, ve které existuje více subjektů na straně nabídky a jen jeden subjekt na straně poptávky

Podle zákoníku práce je **zaměstnání** definováno jako: „*Právo fyzické osoby, která chce a může pracovat a o práci se uchází, na zaměstnání v pracovněprávním vztahu (dále jen "zaměstnání"), na zprostředkování zaměstnání a na poskytnutí dalších služeb za podmínek stanovených tímto zákonem*“(business.center.cz, 2018).“

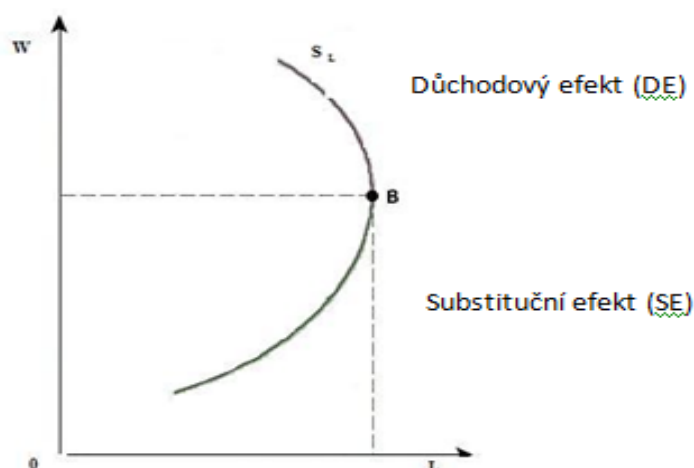
Jedná se tedy o výdělečnou činnost, která je vykonávána při pracovněprávním vztahu.

Ve společnosti je výběr zaměstnání pro jedince velmi důležitý, protože zaměstnání je považováno za ukazatele ekonomického a sociálního statusu. Jinými slovy označováno jako „pracovní prestiž“ (míra váženosti, vlivu, moci ve společnosti). Abychom mohli vykonávat určitá povolání je důležitá praxe a kvalifikace. Kvalifikaci dosáhneme pomocí vzdělání ve školách, ale existují profese, na které se můžeme připravit pomocí rekvalifikace (získání, rozšíření kvalifikace).

### **2.1.2 Nabídka na trhu práce**

Nabídka práce vychází ze strany jedinců, kteří jsou ochotni a schopni pracovat za určitých právních podmínek a předpisů. Množství nabízené práce, které vynaloží pracovníci je závislé na výši mzdové sazby. Jinými slovy, jestliže zaměstnavatelé budou nabízet vyšší mzdu, lidé se budou více ucházet o dané zaměstnání nebo také budou zvyšovat množství nabízené práce (Jurečka, a kol., 2013).

## Graf č.2.1: Individuální nabídka na trhu práce



Zdroj: Dwivedi, 2006

SL = poptávka po práci

W = mzdová sazba

L= množství práce

B= bod zvratu

V grafu č. 2.1 můžeme vidět, že křivka nabídky práce (SL) má zpětně zakřivený tvar. Vodorovná osa nám znázorňuje množství nabízené práce (L) a svislá osa výši mzdy (W). Při změně mzdové sazby se také mění preference volného času místo práce za mzdu. Nabídka práce je tedy ovlivněna dvěma efekty. Jak tvrdí Gajdová, Pellešová a Tuleja (2014), jedná se o střídání dvou efektů, a to **substitučního a důchodového efektu**.

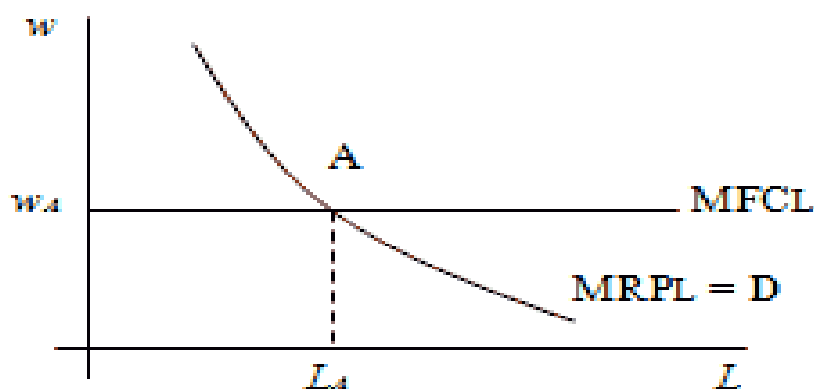
Dwivedi (2006) uvádí, že u **substitučního efektu** se spotřebitelé vzdávají svého volného času za účelem vyšší mzdy. Pokud dochází k růstu mezd, volný čas se stává vzácnějším a dražším oproti ostatním statkům, které si může spotřebitel pořídit. U **důchodového efektu** je to opačně. Tito spotřebitelé již mají dostatečně vysoký důchod, tudíž je pro ně důležitější volný čas než mzda.

### 2.1.3 Poptávka na trhu práce

Dwivedi (2006) uvádí, že poptávka po práci je daná množstvím práce a vychází ze strany zaměstnavatelů, kdy zaměstnavatelé najímají uchazeče za různé úrovně mzdové sazby. Zaměstnavatelé se poptávají po takovém množství práce, kdy dojde k vyrovnání příjmu

z mezního produktu práce (MRPL) a mezním nákladům na práci (MFCL). Poptávka je ovlivněna produktivitou práce (ta je ovlivněna technologií, organizací práce nebo také kvalifikací práce). Poptávka po práci je poptávkou odvozenou od poptávky po výrobcích a službách. Jestliže dochází ke snižování poptávky po výrobcích a službách, klesá také poptávka po práci. Jinými slovy, čím menší mzdu nabídnou zaměstnavatelé, tím bude menší nabídka práce ze strany pracovníků.

**Graf č.2.2: Individuální poptávka na trhu práce v dokonalé konkurenci**



Zdroj: Dwivedi, 2006

$D_L$  = poptávka po práci

$W$  = mzdová sazba

$L$  = množství práce

$MRPL$  = příjem z mezního produktu práce

$MFCL$  = mezní náklady na práci

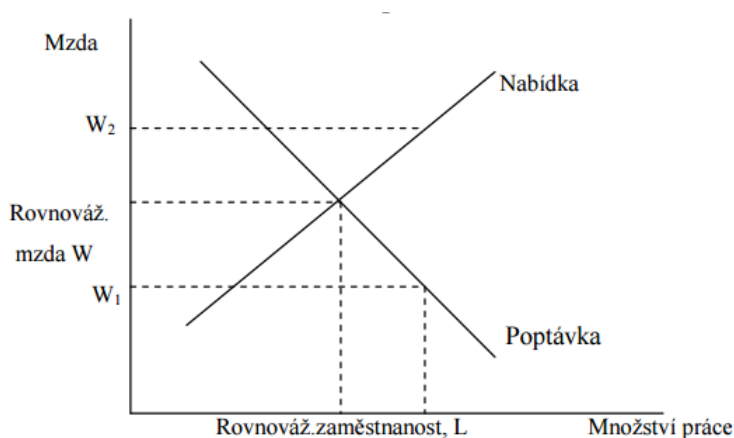
Graf č.2.2 znázorňuje poptávku po práci ( $D$ ). Na svislé ose je znázorněna výše mzdy ( $W$ ), na vodorovné ose množství pracovní síly ( $L$ ). Mezní náklady na faktor práce ( $MFCL$ ) nám popisují, jak se změní celkové náklady firmy, pokud dojde ke změně použité práce o jednotku. Mezní příjem z produktu práce ( $MRPL$ ) se řídí zákonem klesajících mezních výnosů, to znamená, že se přírůstky produktu s každou další jednotkou práce snižují. Firma či zaměstnavatelé budou najímat práci do bodu  $A$ , kde se příjem z mezního produktu práce

(MRPL) rovná mezním nákladům na práci (MFCL), to znamená mzdě (WA), kterou firmy musí zaplatit zaměstnancům.

#### 2.1.4 Rovnováha na trhu práce

Při rovnovážné mzdové sazbě vzniká rovnováha na trhu práce, která je dána průsečíkem tržní křivky nabídky práce a tržní křivkou poptávky po práci (Mankiw, 1999; Borjas, 2013).

**Graf č. 2.3: Rovnováha na trhu práce**



Zdroj: Mankiw, 1999

Graf č. 2.3 zachycuje rovnováhu na trhu práce. Tržní křivka nabídky práce vyjadřuje, kolik pracovníků nabídne svou práci za určitou mzdovou sazbu.

Pokud je mzdová sazba  $W_1$  nižší než rovnovážná mzda  $W$ , nastane nedostatek pracovních sil na trhu práce. Pokud by byla mzdová sazba  $W_2$  naopak vyšší než rovnovážná mzda  $W$ , dochází k přebytku pracovních sil. Tento tlak vyvolává nezaměstnanost obyvatel. (Gajdová, Pellešová a Tuleja, 2014; Borjas, 2013).

Tuleja, Nezval a Majerová (2014) tvrdí, že v podmínkách na dokonalém trhu práce by měli všichni pracovníci dosahovat stejných mezd. Existují však mzdové rozdíly, které jsou dány segmentací trhu práce. Na trhu práce je mnoho pracovníků s odlišnými kvalifikacemi a zkušenostmi, proto je nemožné, aby si všichni pracovníci navzájem konkurovali, např. pekař

není kvalifikován vykonávat práci lékaře. Proto existují mzdové rozdíly, kdy každý pracovník se liší svými vrozenými tělesnými a duševními schopnostmi.

### 2.1.5 Nezaměstnanost

Nezaměstnanost je označována jako sociálně-ekonomický jev, který je spojený s trhem práce. Představuje důsledky nerovnováhy mezi poptávkou a nabídkou po práci. Z tohoto důvodu patří v rámci makroekonomických analýz mezi nejsledovanější ukazatele. **Míra nezaměstnanosti (u)** je definována jako procentuální podíl nezaměstnaných na celkovém počtu ekonomicky aktivních obyvatel.

Mezi **nezaměstnané (U)** řadíme jedince, jejichž věk je 15 a více let, kteří v určitém období nebyli zaměstnáni, a za posledních čtyř týdnů aktivně hledali zaměstnání a byli schopni nastoupit do nového zaměstnání během čtrnácti dnů. Je nutné podotknout, že mezi nezaměstnané neřadíme např. rodiče na rodičovské dovolené, živnostníky, podnikatelé atd.

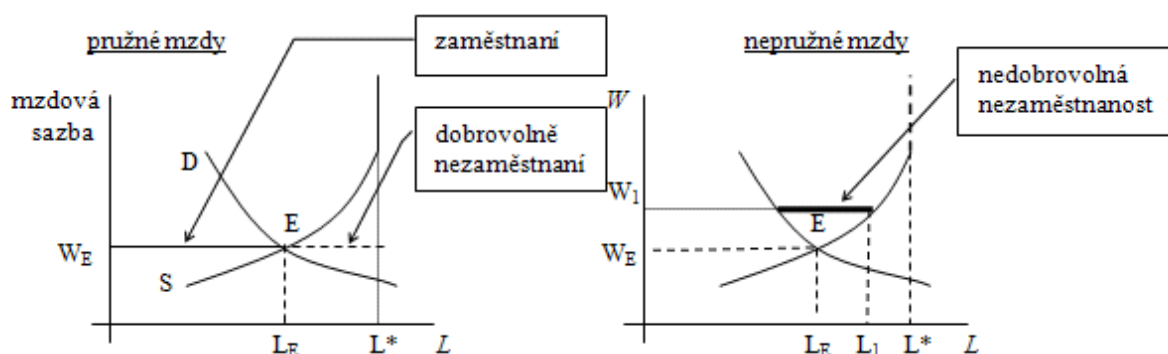
**Ekonomicky aktivní obyvatelstvo (EAO)** tvoří zaměstnaní (E) a již zmíněni nezaměstnaní (U). Jedná se o jedince, kteří dosáhli věku minimálně 15 let a splňují všechny požadovaná kritéria, pomocí kterých jsou zařazeni mezi zaměstnané či nezaměstnané.

Rovnice míry nezaměstnanosti

$$u = \frac{U}{EAO} * 100(2.1)$$

Zdroj: Ullah, 2011

**Graf č. 2.4: Trh práce**



Zdroj: Mankiw, 1999

Jak již bylo zmíněno v podkapitole č. 2.1.4, nezaměstnanost nastává, pokud jsou reálné mzdy příliš vysoké, což způsobí, že počet uchazečů o zaměstnání překročí počet volných pracovních míst. Většina ekonomů tvrdí, že nezaměstnanost se zvyšuje, čím více vláda zasahuje do ekonomiky, aby se pokusila zlepšit podmínky těch, kteří mají zaměstnání. Například zákony o minimálních mzdách zvyšují náklady na pracovníky s malými dovednostmi nad rovnováhou na trhu. Tento argument je však kritizován, protože ignoruje řadu vnějších faktorů a příliš zjednodušuje vztah mezi mzdovými sazbami a nezaměstnaností - jinými slovy, jiné faktory mohou také ovlivnit nezaměstnanost.

V důsledku toho mohou být lidé nedobrovolně vyřazeni ze zaměstnání a nejsou schopni si najít nové. Tento konflikt mezi neoklasickými a keynesiánskými teoriemi měl silný vliv na vládní politiku. Vláda má tendenci omezovat a odstraňovat nezaměstnanost prostřednictvím zvyšování příjmů, pracovních míst a povzbuzovat uchazeče o zaměstnání, aby zvážili novou kariéru a přemístění do jiného města (Ullah, 2011).

Ekonomové používají termín **přirozená míra nezaměstnanosti**. Toto je termín spojený s novými klasickými a monetaristickými ekonomy. Je definována jako míra nezaměstnanosti, která existuje, když je trh práce v rovnováze, a zahrnuje sezónní, frikční a dobrovolnou nezaměstnanost. Americký ekonom Milton Friedman (1976) poprvé použil tradiční koncept k vysvětlení vztahu mezi nezaměstnaností a inflací. Friedman tvrdil, že pokud by



nezaměstnanost poklesla pod přirozenou míru, došlo by ke zvýšení míry inflace. Alternativním technickým termínem je NAIRU. Jedním z hlavních problémů teorií NAIRU je, že nikdo přesně neví, co NAIRU je, zatímco se v průběhu času jasně mění. Míra chyb může být poměrně vysoká vzhledem ke skutečné míře nezaměstnanosti, což ztěžuje používání NAIRU při tvorbě politik (Ullah, 2011).

Existuje několik typů nezaměstnanosti, z nichž každá je definována z hlediska příčiny a závažnosti:

**Cyklická** nezaměstnanost existuje, když jedinci ztratí svou práci v důsledku poklesu agregátního poptávky (AD). Pokud je pokles agregátní poptávky trvalý a nezaměstnanost je dlouhodobá, může být nazývána jako nedostatečná poptávka, obecná nebo keynesovská nezaměstnanost.

**Frikční** nezaměstnanost nastává, když pracovníci ztratí svou současnou práci a jsou v procesu hledání zaměstnání. Ačkoli frikční nezaměstnanost je obecně považována za krátkodobou, nemusí být skutečně krátká. Obecně ekonomové považují tento druh nezaměstnanosti za znamení zdravého pracovního trhu.

**Sezónní** nezaměstnanost existuje, protože některé průmyslové odvětví vyrábějí nebo distribuují své výrobky pouze v určitých obdobích roku. Odvětví, kterým je společná sezónní nezaměstnanost, zahrnuje např. zemědělství, cestovní ruch a stavebnictví.

**Strukturální** nezaměstnanost nastává, pokud dochází ke změnám ve struktuře národního hospodářství. Je považována za dlouhodobý typ nezaměstnanosti, který může trvat i řadu let. Nastává zde tedy nesoulad mezi nabídkou a poptávkou po potřebných kvalifikacích. Např. pekař nemůže nastoupit na pozici programátora, protože nemá danou kvalifikaci (Beggs, 2017).

## 2.2 Základní aspekty hledání zaměstnání

Hledání zaměstnání je jedním ze základních procesů na trhu práce. Po dokončení povinné školní docházky, střední či vysoké školy se lidé snaží hledat své pracovní uplatnění podle svých vlastních schopností a preferencí. Lidé ve svém zaměstnání stráví velkou část dne a pracovní zkušenosti ovlivňují do jisté míry kvalitu života. V zaměstnání se seznamujeme s novými lidmi, získáváme pracovní zkušenosti, rozšiřujeme své pracovní kompetence a

především obdržíme mzdu či plat. Musíme brát v potaz, že zaměstnání věnujeme dostatek času a úsilí. Proto je zásadní otázkou jak a jaké zaměstnání si najít.

Způsob hledání zaměstnání lze definovat jako: *"Cílevědomý, dobrovolný způsob jednání, který začíná identifikací a odhodláním získat zaměstnání. Získání zaměstnání naopak aktivuje vyhledávací chování navržené k dosažení cíle* (Kanfer, Wanberg and Kantrowitz, 2001, str. 838).

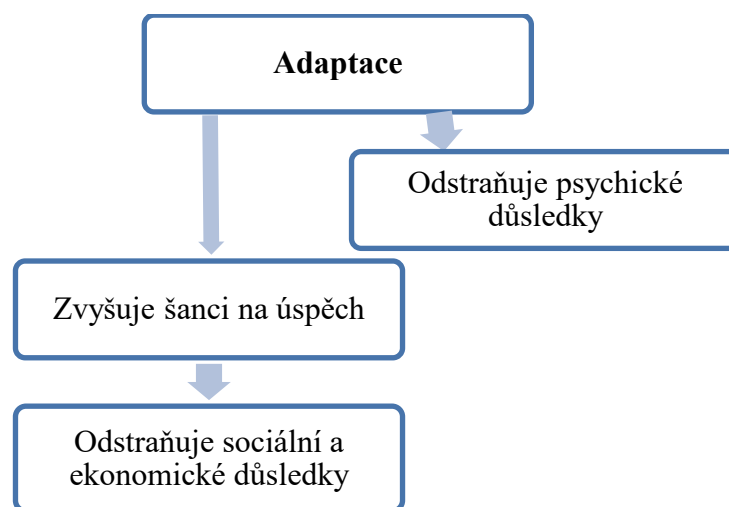
Jak uvádí Siegel (2005), pro absolventy je důležité o výběru zaměstnání přemýšlet s velkým předstihem. Po dobu prázdnin si vyděláváte peníze na brigádách a získáváte, tak zkušenosti do budoucna. Doporučeným aspektem je najít si dlouhodobou brigádu, nejlépe v oboru. Stává se, že po uplynutí brigády může zaměstnavatel nabídnout uzavření pracovního poměru, tím je zajištěn přechod mezi školou a zaměstnáním. Je časté, že absolventi po ukončení studia nenajdou zaměstnání ihned. Nebo také, že lidé skončí ve svém předchozím zaměstnání a nemají domluvenou další pracovní nabídku. Proto existuje úřad práce (ÚP) (viz. kapitola 2.4.1.), kde je možné se registrovat a v mezičase např. vykonávat brigády.

Ztráta či počátky hledání zaměstnání přináší značnou změnu v životě jednotlivce, která se týká i jeho blízkých. Ve většině případů k tomu dochází, např. pokud:

- **firma ukončí svou činnost,**
- **absolventi škol dostudují**
- **nebo korporace snižuje své stavy zaměstnanců.**

Lidé nemohou ovlivnit sociální a ekonomické důsledky nezaměstnanosti, avšak se jim mohou přizpůsobit. Proto výraznou roli hraje adaptace. Adaptace znamená osvojení dovedností a znalostí, které souvisí s hledáním, s usnadněním a ovlivněním nalezení nového zaměstnání. Pokud správně využijete a pochopíte adaptaci na trhu práce, odstraníte tím psychické důsledky nezaměstnanosti (tj. stres, nejistota, nízké sebevědomí) a zvýšíte pravděpodobnost nalezení zaměstnání (Siegel, 2005).

### Schéma č.2.1: Význam adaptace na trhu práce



Zdroj: Siegel, 2005

Nalezení správného směru, jak najít zaměstnání, je potřeba ohlédnout se za minulostí a zhodnotit na čem mohou uchazeči stavět a co jsou schopni nabídnout budoucímu zaměstnavateli.

Vyskytuje se několik otázek, které by si měli kandidáti o zaměstnání položit, než začnou hledat nové či první zaměstnání:

- **Jaké zaměstnání hledáte?**
- **Jaké jsou vaše preference?**
- **Jaké jsou vaše schopnosti a dovednosti?**
- **Jakou máte představu o výši transferové mzdy?**
- **Chcete pracovat sám nebo v týmu?**
- **Jaké jsou vaše silné a slabé stránky?**
- **Vaše preferované charakteristiky zaměstnavatele?**

Tímto postupem dochází k tvorbě obrazu o sobě a uvědomění si pevného bodu, na kterém začnete stavět. Hroník a kol. (2015) uvádí, že správný směr hledání zaměstnání je dán několika faktory. Každý by si měl uvědomit, co nás na práci baví a čemu bychom se chtěli věnovat. Nikdo netvrdí, že v novém zaměstnání budeme používat dovednosti a znalosti, které jsme se naučili dříve. Ba naopak je zřejmé, že se přiučíme novým věcem.

Může se stát, že ve svém výběru povolání stále kandidáti tápou. Proto je k dispozici **kariérové poradenství**. Služby jsou poskytovány v rezortu práce a sociálních věcí, ve školství a v soukromé sféře. V rezortu práce a sociálních věcí se jedná o Úřad práce, ve školství to jsou východní poradci, vysokoškolské poradny, pedagogicko-psychologické poradny a další. Co se týče soukromé sféry, hovoříme o personální agentuře, o centru bilanční diagnostiky a o soukromých zprostředkovatelích práce. Poradci jsou určeni k tomu, aby nás nasměřovali k výběru budoucího povolání (např. u základních, středních, vysokých škol atd.), ale také, aby nám pomohli při návratu do pracovního procesu či při změně zaměstnání (Geisslerová a kol, 2012).

## 2.3 Postupy při hledání zaměstnání

Plánování a stanovení cílů při hledání zaměstnání je velmi důležitým krokem, i když si to většina uchazečů nemyslí. Prvotním cílem naší činnosti je najít si zaměstnání. Za další cíle považujeme např., jakou pracovní pozici preferujeme či hodláme zastávat, ale Siegel (2005) uvádí, že se jedná o tzv. optimalizaci samotného cíle a není možné upřednostňovat jeden cíl. Proto je hledání rozděleno do několika etap, které mají své začátky, průběhy a konce. Samozřejmostí je, že se snažíme dosáhnout pozitivních výsledků, proto je nutné, abychom znali své cíle, které slouží k hodnocení celkové efektivity, popřípadě k hledání příčin neúspěchu.

Siegel (2005) stanovil 4 etapy, jak postupovat při hledání zaměstnání (viz. schéma č. 2.2)

### Schéma č. 2.2: Stanovení jednotlivých cílů



Zdroj: Siegel, 2005

Na začátku je vhodné určit si každou etapu. Jakou činnost chceme vykonávat. Poté si stanovit, co od jednotlivých etap můžeme očekávat. Tímto způsobem dojde k získání reálných a konkrétních cílů.

**V první etapě** uchazeči začínají vyhledávat volná pracovní místa, a to buď pomocí formálních či neformálních zdrojů (viz. kapitola č. 2.4). Pokud kandidáti chtějí vykonávat stejné zaměstnání jako své předchozí nebo hledají zaměstnání jen ve svém oboru, měli by myslet na to, že snižují své šance. Je zde možnost, že budou vykonávat jiné nebo podobné zaměstnání než doposud.

Hlavním cílem v první etapě, kterého by měli uchazeči dosáhnout je identifikovat a zaslat formuláře budoucímu zaměstnavateli. Pod slovem formulář je myšlen:

- **životopis či**
- **motivační dopis.**

**Životopis** je charakterizován jako soubor předpokladů (dovednosti, znalosti, zkušenosti a další) které prokazují naši profesní způsobilost.

**Motivační dopis** je více osobnější než životopis. Především slouží k oslovení kontaktní osoby. V tomto dopise uchazeči mohou vyjádřit svůj postoje a zájem o danou pracovní nabídku práce.

Na první etapu navazuje **druhá etapa „oslovení zaměstnavatele“**. Od této etapy se očekává, že uchazeči budou pozváni na osobní pohovor, a to je i hlavní cíl.

**Třetí etapa** zahrnuje **„pozvání na osobní pohovor“**. Jestliže se uchazeči o zaměstnání nachází ve třetí etapě a jsou pozváni na přijímací pohovor, je to považováno za příležitost, které je nutno využít. Důležitá je správná příprava, která zvyšuje šance získání zaměstnání. Bohužel je zde možnost, že pohovor nemusí probíhat dle představ. Doporučuje se před vykonáním pohovoru:

- vyhledat informace o pracovním místě, zaměstnavateli a firmě
- připravit se na otázky, které můžeme očekávat
- získat informace, jak bude probíhat pracovní pohovor atd.

Informace, které uchazeč o zaměstnání o firmě zjišťuje před osobním pohovorem mu pomáhají vytvořit dojem zájmu a proaktivity. Měli by nabízet své vlastnosti a zkušenosti, které budou firmě prospěšné, díky tomuto si u firmy získají nějaká pozitiva. Kandidáti by si měli pamatovat, že to jsou oni, kdo nabízí své zkušenosti, dovednosti a znalosti nikoli firma.

Uchazeči by se měli při pohovoru zajímat, jaké má firma potřeby, a podle toho se orientovat, co mohou nabídnout. Jak se projevuje orientace na potřeby a očekávání člověka? Aktivně klást otázky a naslouchat, respektovat názor druhých, i když nemusí dojít ke ztotožnění, neslibovat nereálné atd.

#### **Časté otázky kladené u pohovoru:**

- Co víte o naší firmě?
- Jakou máte představu o svém platu?
- Co vás nejvíce motivuje?
- Proč se ucházíte o tuto pozici?

- Vyjmenujte vaše silné a slabé stránky.

Na každou otázku by měl uchazeč odpovídat několika větami a především uvádět fakta, nikoli fikci. Ten kdo povede pohovor pravděpodobně bude chtít, aby svou odpověď podložil nějakými „příklady“ ze svých zkušeností či života (Hroník a kol., 2015).

**Poslední etapou (čtvrtou)** je absolvování osobního pohovoru, od kterého uchazeči očekávají nabídku nástupu na určenou pozici. Klíčovou vlastností při výběrovém pohovoru je schopnost vyjednávat, pohotově reagovat na záludné otázky a námitky. Snažit se své nevýhody přeměnit na výhody. Nikdy se nepouštět do proti argumentace a používat parafráze. Hlavní body, které se projevují v chování člověka při schopnosti argumentace a zvládání námitek jsou akceptování námitek, odpovídání na podstatu otázek, převrácení nevýhod na výhody atd. Jestliže uspějí uchazeči prvním (někdy následuje i druhé kolo) pohovoru, dojde tak k dosažení požadovaného pozitivního výsledku a splnění prioritního cílů, tj. **získání zaměstnání**.

Aby byli uchazeči schopni hodnotit, jak efektivně, tak objektivně svou činnost, je nutné stanovit hledání zaměstnání do konkrétních etap a definovat a hodnotit jejich cíle. Jednotlivá etapy budou mít odlišné úspěšnosti a cíle. Jedná se o to, že reálné příčiny neúspěchu nebudou mít obecnou podobu, tzn., že vyloučíme tzv. „obecné nedostatky“ a zaměříme se, tak na své konkrétní chyby, nikoli obecné. Rozdílem je, že obecné nedokonalosti nebudou snadno odstranitelné, kdežto u konkrétních nedostatků je to možné a snadnější.

Každý člověk by chtěl zaměstnání najít co nejdříve, ale časově je to zcela nekonkrétní. Znáte-li svou situaci, jak dlouho si můžete dovolit být nezaměstnaní, současně víte, jak dlouho ho můžete hledat. Hodnotíte finanční prostředky, jako jsou úspory, příjmy členů domácnosti, popř. odstupné, dále se zaobíráte, v jaké životní situaci se nacházíte.

Na trhu práce z hlediska možností existuje jen jedna možnost a tj. „**doba reálná**“. Jedná se o takovou dobu, kterou uchazeč vyžaduje k nalezení nového či prvního zaměstnání. Tato doba umožňuje např. nalezení dostatečných pracovních nabídek a kontaktů, zvýšení sebevědomí a sebedůvěry, odstraňování určitých chyb a nedostatků, které povedou k aktivnímu přístupu atd. Doba reálná nám umožňuje, jak efektivní plánování, tak i efektivní řešení. Tím, že si uchazeč o zaměstnání zvolí časové měřítko, uvidí kolik času mu zbývá k nalezení zaměstnání a nemusí reagovat okamžitě, aby přijal jakoukoli práci (Siegel, 2005).

Jestliže je stanovená doba, rozhoduje se, kterou kvalifikační úroveň zaměstnání si zvolit:

- **povolání na vyšší kvalifikační úrovni** (než jste měli doposud)
- **povolání na stejné kvalifikační úrovni** (jako do teď)
- **povolání na nižší kvalifikační úrovni** (než jste měli doposud)
- **jakékoliv povolání**

Tohle platí u lidí, kteří již měli nějaké zaměstnání. Lidé, kteří hledají zaměstnání krátce, častěji se ucházejí o místo na stejné kvalifikační úrovni nebo také na vyšší kvalifikační úrovni. Pro uchazeče, kteří jsou nějakou dobu nezaměstnaní a jsou v procesu hledání neúspěšní, tzn. hledají už nějakou dobu, preferují i zaměstnání s nižší kvalifikační úrovní, popř. jakékoliv zaměstnání. Tady se dostáváme do bodu, kdy dochází ke změně priorit. Na první místo se dostává jakékoliv zaměstnání a až na druhém místě je kvalita.

U **absolventů škol** je to jiné. Za výchozí úroveň se považuje takové zaměstnání, na které jste se připravovali pomocí studia. Jedná se o tzv. **standardní vývoj úrovně**. Tento vývoj nemusí být efektivní, protože absolventi si neuvědomují, že nízké nároky jsou neúměrné a přicházejí, tak o možnost uspět. I když se jim to podaří, po nějaké době zaměstnání nebude přinášet ani základní uspokojení a dojde to až do bodu nespokojenosti či trápení. Důvod nespokojenosti je např. snížení kvalifikací, a tudíž složitější návrat na předchozí kvalifikační úroveň, dále nízká mzda či plat, a další. Proto se na první místo, jak již bylo zmíněno, dostává kvalita pracovního místa. Budete-li stále snižovat nároky na zaměstnání, dostaneme se ke kvalifikační úrovni tzv. „jakékoli práce“. Tento pojem slýcháváme velmi často, zpravidla se jedná o pracovní místa, kde konkurence je nízká a náročnost pro dosažení práce velmi snadná. Zaměstnavatelé ve většině případů nekladou žádné vysoké nároky a je spíše na uchazeči, jestli toto povolání přijme. Příčinou přijetí jakékoliv práce bývá dlouhodobý neúspěch, dlouhodobá nezaměstnanost nebo žádné finanční prostředky a je nutností tuto situaci začít řešit. Tyto příčiny na sebe úzce navazují.

Uchazeč by nikdy neměl dávat zaměstnavateli najevo, že přijme jakoukoliv práci, i kdyby tomu tak ve skutečnosti mělo být. Nikoho nepřesvědčíme tím, že nám bude jedno, co budeme vykonávat. Na zaměstnavatele zapůsobí spíše jistota a cílevědomost, než lhostejnost



uchazeče (Siegel, 2005). Nové zaměstnání by nikdy nemělo být pouhým řešením nezaměstnaností (Hroník a kol, 2015).

Řada uchazečů se zaobírá tím, v jakém městě budou vykonávat své zaměstnání a jestli budou dojíždět. Je zřejmé, že každý hledá zaměstnání nejbližší k místu svého bydliště. Tohle je v pořádku, pokud se v regionu nachází dostatečná poptávka po práci ze strany firem. V mnoha případech tomu tak není. Jestliže tomu tak není, mnoho uchazečů svou pozornost přenáší do okolních měst.

Siegel (2005) uvádí, že v počáteční fázi nezaměstnanosti jen většina uchazečů je ochotna do zaměstnání dojíždět, ale přibližně po jednom roce jsou ochotni dojíždět téměř všichni. Je logické, že ochota dojíždění se bude zvyšovat s dlouhodobou nezaměstnaností. Protože čím déle jsou lidé bez zaměstnání, tím méně jim bude záležet na vzdálenosti.

Důležitá je taky atraktivita pracovních nabídek. Můžeme pozorovat, že i když se jedná o stejný typ profese, výše finančního ohodnocení je v každém městě odlišná. Proto je vhodné si stanovit jaký region je pro nás **přijatelný**, a který **optimální**. **Přijatelný region** je definován jako ochota pracovat i jinde než v místě bydliště. U **optimálního regionu** je to naopak, pracovat pouze v místě bydliště.

Z toho vyplývají 2 otázky:

- **Je dojíždění reálné?**
- **Jste ochotni dojíždět?**

U **první otázky** („*Je dojíždění reálné?*“) zohledňujeme dostupnost a složitost dopravního spojení. Zda se v místě bydliště nachází vlakové nádraží, autobusové stanoviště, tramvaje či metro atd. Co se týče složitosti spojení, bereme v potaz, že můžeme několikrát přestupovat nebo dopravní prostředek bude mít poruchu a dojde k zpoždění. Nutná je také pravidelnost, tedy v jaké časy je doprava zajištěna. Další možností je náš automobil, ale měli bychom zvážit, zda se nám to finančně vyplatí.

**Druhá otázka** („*Jsmo ochotni dojíždět?*“) se skládá z několika postupů, které je důležité stanovit. Na začátku začínáme zaměstnání hledat ve městě, ve kterém bydlíme. Poté si zvolíme měřítko, kam jsme schopni dojíždět.

Na konec vybereme místa s větší poptávkou ze strany firem. Díky tomuto se regiony dále dělí dle:

- **vzdálenosti a**
- **množství pracovních příležitostí.**

Tyto tři pojmy byly již zmíněny výše. Siegel (2005) upozorňuje na to, že i v méně atraktivním městě se mohou objevit zajímavé příležitosti, ale nemusí tomu tak být. Neměli bychom na atraktivitu spoléhat, můžeme ji pouze předpokládat. Ohledně vzdálenosti dojíždění by si měl člověk ujasnit své priority. Zda bude spokojenější ve městě svého bydliště, např. s nižší mzdou, s dobrým pracovním kolektivem nebo zvolí preferovanou vzdálenost a maximální vzdálenost. Horník a kol. (2015) doporučují, abychom od počátku hledání zaměstnání zohlednili nabídky pracovních příležitostí, jak v místě bydliště, tak v okolních městech.

**Konečným (čtvrtým) bodem** je naše představa o „**finančním ohodnocení**“. Než dojde k osobnímu pohovoru, každý by měl mít představu o mzdovém či platovém ohodnocení. Za prvé bývá to jedna z běžných otázek při osobním pohovoru, kdy zaměstnavatel zjistí, jestliže při budoucím uzavření pracovního poměru budou obě strany (jak uchazeč, tak zaměstnavatel) s finančním ohodnocením spokojeny.

V druhé řadě, jaká výše mzdy či platu je pro nás přijatelná. Mohlo by se stát, že přijmete dané pracovní místo, ale postupem času zjistíte, že nesplňuje vaše finanční požadavky a nacházíte se stále na stejné úrovni finančního ohodnocení, kde jste začínali, tzn. žádný finanční růst. Pozitivní je, že máte zaměstnání, ale nepomáhá vám to vyřešit ekonomické důsledky nezaměstnanosti.

Mezi těmito dvěma odpověďmi vzniká jakýsi vztah. Není dáno, že musí vždy dojít k určité shodě, fungují zde nepatrné rozdíly. Jak již bylo psáno, uchazeč by měl mít představu o finančním ohodnocení, ale na druhou stranu by neměl o tomto příliš spekulovat

s potencionálním zaměstnavatelem. V určitých případech by to nemuselo přinést příznivé výsledky.

Aby došlo k docílení reálné představy o mzdě a platu, měly by být stanoveny naše potřeby, tj. jaké jsou reálné nabídky regionu a na jakou pracovní pozici se hlásíte. Optimální výše mzdy by měla být taková, aby si uchazeč zajistil svou životní úroveň a zaměstnavatel nevyňaložil příliš finančních prostředků na výplaty mezd.

V České republice existuje Informační systém o průměrném výděлку (ISPV). Jedná se o systém, který pravidelně monitoruje pracovní dobu zaměstnanců a výdělkovou úroveň. Z hlediska výdělkové úrovně jsou sledovanými ukazateli hodinový výdělek a hrubá měsíční mzda (plat). Mimo to jsou sledovány také složky mzdy a platu, tj. příplatky, odměny a náhrady. Tento informační systém může pomoci k lepší orientaci průměrného výděлку.

V USA jsou využívány webové stránky Jobstar.org, Salaryexpert.com, Salary.com nebo Bureau of Labor Statistics (BLS), který publikuje a pravidelně aktualizuje přehled platů jednotlivých profesí (Forbes, 2014).

## **2.4 Informační zdroje pro nalezení zaměstnání**

Mnoho studií se zabývá otázkou, kde a jakým způsobem lidé hledají zaměstnání. Tento úkol řeší většina lidí minimálně jednou za život. Informační zdroje pro hledání zaměstnání jsou rozděleny na formální a neformální zdroje, které zahrnují několik možností a různou míru úspěchu hledání. Záleží například na aktuální situaci na trhu práce, nebo jaká profese je vámi požadována.

### **2.4.1 Formální zdroje**

Saks (2006) ukázal, že formální zdroje v oblasti hledání zaměstnání zahrnují kontaktování pracovních agentur, úřadů práce, HR oddělení, inzeráty v médiích, návštěvy pracovišť, podávání žádostí atd. Podle Sakse (2006) kolem roku 2005 byly formální zdroje, jako je četba novin, internetových příspěvků nebo jiných publikací nejoblíbenějším způsobem vyhledávání. Aktuálně tomu, tak není.

Nejen na americkém trhu práce se online hledání zaměstnání stalo všudypřítomnou součástí vyhledávání pracovních míst. Jeho použití jak uchazeči o zaměstnání, tak i zaměstnavateli se rozšířilo v poměrně krátkém období.

Druhy formálních zdrojů:

**1) portály s nabídkami práce** (Indeed, MOSTER, Snagajob, ZipRecruiter, Glassdoor)

**2) agentury práce** (Kelly Services, Adecco, Randstand,...)

**3) denní tisk** (The New York Times, Chicago Tribune, Wall Street Journal...)

**4) úřad práce**

**5) pracovní veletrhy**

**6) oznámení na nástěnkách, letáky, a další**

V současné době na internetu existuje celá řada známých **portálů s poptávkami po zaměstnání**. Je to jeden ze způsobů, který v současné době využívá čím dál tím víc lidí. Používání je poměrně jednoduché a rychlé, ale nutně nemusí vést k přijatelným výsledkům. V USA jsou např. využívány následující internetové portály, které jsou uvedeny viz tabulka č. 2. 1.

**Tabulka č. 2.1: Internetové portály s poptávkami po zaměstnání v USA**

<b>Portály</b>	<b>Popis portálů s nabídkami práce</b>
<b>Indeed</b>	Indeed se zaměřuje na hledání pracovních míst. Byl zprovozněn v listopadu 2004, se společným sídlem v Austinu, Texasu a Stamfordu v Connecticutu, jeho zakladatelé byli Paul Forster a Ron Kahan. V současné době je k dispozici ve více než 60 zemích a 28 jazycích. Stránky shromažďují seznamy nabídek z tisíců webových stránek, včetně pracovních míst, personálních firem, sdružení a firemních stránek.

Portály	Popis portálů s nabídkami práce
<b>MONSTER</b>	Monster je společnost z USA, která provozuje webové stránky, které se zaměřují na vyhledávání volných pracovních míst po celém světě. Vznikla v roce 1999, kdy se spojily dvě společnosti, a to The Monster Board a Online Career Center. V roce 2014 společnost Monster představila nový strategický přístup zahrnující agregaci pracovních míst a hlubší expanzi na trh malých podniků. Dnes Monster patří mezi nejnavštěvovanější weby na celém světě. Webovou stránku navštíví každý měsíc cca 60 milionů lidí. Monster má také dceřinou společnost v České republice a na Slovensku.
<b>Snagajob</b>	Snagajob je on-line webový server pro zaměstnání se specializací. Společnost byla založena v roce 2000 s pobočkami v Richmondu, Virginii, Washingtonu, DC, Charlestonu, Jižní Karolíně a v Oaklandu v Kalifornii. Od července 2017 měla Snagajob více než 80 milionů registrovaných členů.
<b>ZipRecruiter</b>	ZipRecruiter je online služba pro distribuci práce a pro vyhledávání pracovních příležitostí v USA a Velké Británii. Internetová platforma sdružuje aplikace pracovních nabídek a poskytuje nástroje pro sledování a screeningy <sup>7</sup> uchazečů. Aplikace a vyhledávání pro uchazeče je zdarma.
<b>Glassdoor</b>	Glassdoor má centrálu v Kalifornii a byl založen v roce 2007, Robertem Hohmanem, Richem Bartonem a Timem Besse. Databáze se skládá z cca milionů firemních recenzí, kde můžeme vyhledat např. informace o platu, benefitech, hodnocení ředitele firmy, fotografie společnosti, atd. Glassdoor se liší od ostatních profesních sítí tím, že všechny informace o firmách sdílejí lidé, kteří nejlépe tuto firmu znají.

Zdroj: Indeed, 2018; MONSTER, 2018; Snagajob, 2018; ZipRecruiter, 2018; Glassdoor, 2018

Kromě portálů s poptávkami po zaměstnání existují také agentury práce.

---

<sup>7</sup> Ověřování informací od potenciálních kandidátů

**Agentury práce** zaměstnávají kandidáty o zaměstnání, které "nabízejí" do dalších firem, kde uchazeč vykonává podobnou nebo stejnou práci jako ostatní zaměstnanci společnosti. Agentury se zaměřují na zprostředkování brigády či zaměstnání, např. v administrativní nebo dělnické oblasti.

Nadále vyhledávají pro zaměstnavatele vhodné kandidáty na pracovní místa. Uchazeči jsou zaměstnání na vedlejší nebo hlavní pracovní poměr u zaměstnavatele nikoli u personální agentury. Také poskytují informační a poradenské činnosti v oblasti pracovních příležitostí (Britannica, 2018).

V tabulce č. 2.2, je uvedeno několik známých agentur práce využívaných v USA.

**Tabulka č. 2.1: Agentury práce v USA**

<b>Agentury práce v USA</b>	<b>Popis</b>
<b>Kelly Services</b>	Společnost Kelly Services byla založena v roce 1946. Nabízí kompletní sortiment personálních řešení na celém světě a řídí zaměstnání více než 1 milionu pracovníků, a to přímo nebo prostřednictvím dodavatelských partnerů.
<b>Adecco</b>	Společnost Adecco působí již více než 50 let v personálním průmyslu a je světovým lídrem v oboru v USA s více než 500 pobočkami a 70 000 pracovníky v 60 zemích.
<b>Randstad</b>	Randstad vznikla v roce 1960 a stala se jednou z největších personálních firem po celém světě a sídlí ve 39 zemích. Jedná se také o jednu z největších personálních firem v USA a každý týden zajišťuje služby více než 100 000 osobám. Podporuje společenství prostřednictvím různých charit.

<b>Agentury práce v USA</b>	<b>Popis</b>
<b>KNF &amp; T</b>	Společnost KNF & T od roku 1983 poskytuje služby v oblasti služeb v Massachusetts. Patří mezi největší firmy v oblasti státní správy a je jedna z nejvýznamnějších zaměstnaneckých firem v Bostonu.
<b>Robert Half</b>	Společnost byla založena v roce 1948. Má 400 poboček po celém světě. Specifikuje se na oblasti v účetnictví, financí, marketingu, design, atd.
<b>A další</b>	<b>Roth Staffing, Atrium, AccruePartners, Frontline Source Group, ...</b>

Zdroj: Betterteam, 2018

V České republice je seznam agentur veřejně přístupný na webových stránkách<sup>8</sup>, které zprostředkovává Ministerstvo práce a sociálních věcí.

Před nástupem v online vyhledávání se uchazeči o zaměstnání museli spoléhat na inzeráty v novinách, vedoucí pracovníky na pracovních místech nebo na přímý kontakt se zaměstnavateli, aby zjistili nové pracovní příležitosti.

Proto následujícím zdrojem, jak si najít zaměstnání je pro čítání „**denního tisku**“. V novinách se setkáváme s pracovními nabídkami (jako je zaměstnání na dlouhodobý či krátkodobý úvazek, brigády atd.), které nemusí být uvedeny na webových stránkách nebo je neposkytují personální agentury. Firmy dobře vědí, že každé tištěné noviny, časopisy mají svůj okruh čtenářů. Je pravděpodobné, že v daném tisku najdete inzeráty, které vás osloví. Lidem, kteří se zajímají o specializovaná místa v určitém oboru, pomohou odborné časopisy.

V USA jsou tištěny např. noviny viz. tabulka č. 2.3:

---

<sup>8</sup> Seznam agentur práce - [http://portal.mpsv.cz/sz/obcane/zpr\\_prace](http://portal.mpsv.cz/sz/obcane/zpr_prace)

**Tabulka č. 2.3: Denní tisk v USA**

<b>Denní tisk</b>	<b>Popis</b>
<b>The New York Times</b>	The New York Times je název pro americké noviny, jejichž společnost sídlí v New Yorku. Společnost byla založena v roce 1851. Od září 2016 měla největší kombinovaný tisk a digitální oběh všech deníků ve Spojených státech amerických. Od roku 2008 New York Times byl organizován do následujících sekcí: pracovní nabídky, zprávy, obchod, sport Times, umění, věda, cestování a další. The New York Time je využíván i v internetové podobě, kde nalezneme již zmíněné oddíly.
<b>Wall Street Journal</b>	Wall Street Journal je americký deník, který je zaměřen na podnikání. Společnost sídlí v New Yorku. Wall Street Journal jsou největšími novinami ve Spojených státech amerických.
<b>Chicago Tribune</b>	Chicago Tribune jsou noviny se sídlem v Chicagu ve Spojených státech amerických. Společnost byla založena v roce 1847. Je nejčtenějším deníkem Chicagorské metropole a oblasti Great Lakes.
<b>Los Angeles Times</b>	Los Angeles Times se vydává v Los Angeles v Kalifornii od roku 1881. Patří mezi čtvrté nejčtenější americké noviny.
<b>Washington Post</b>	Washington Post je americký deník publikován ve Washingtonu, D.C., byl založen v roce 1877. Denní vydání jsou vtištěny pro okresy Columbia, Maryland a Virginia.  Noviny získaly 47 Pulitzerových cen. druhé místo po sedmi oceněních The New York Times v roce 2002.

Zdroj: onlinenewspapers.com, 2017

**Úřad práce** ve Spojených státech amerických se vyvíjel z kombinace městské, státní a federální legislativy po dobu asi šesti desetiletí. V USA, stejně jako v Evropě, byly zřízeny první veřejně financované úřady práce v jednotlivých obcích: New York City v roce 1834, San Francisco v roce 1868, Los Angeles a Seattle v roce 1893, Duluth,



Minnesota, Sacramento, Kalifornie; Butte, Montana, Tacoma a Washington mezi lety 1899 a 1906. Rostoucí počet volných, obecně provozovaných úřadů práce zpravidla zajišťoval nekvalifikovanou a náhodnou práci.

Jak již bylo zmíněno, většina lidí se nachází v procesu hledání zaměstnání, pokud se nejedná např. o ekonomicky neaktivní obyvatelstvo nebo již zaměstnání mají. Proto je žádoucí zaregistrovat se na již zmíněný **úřad práce (ÚP)**. Fungování úřadu práce je v každém státě rozdílné, avšak hlavní podstatou je již zmíněná registrace nezaměstnaných. Registrace na úřadu práce poskytuje jisté výhody, kupříkladu:

- **nárok na podporu v nezaměstnanosti,**
- **stát je plátcem zdravotního pojištění,**
- **zaplacení rekvalifikace,**
- **nabídka volných pracovních míst,**
- **a další.**

Návštěva **pracovního veletrhu** je další z možností, jak si najít zaměstnání. Výhodou je, že na jednom místě můžete navštívit několik firem, které hledají kandidáty. Ve většině případu jsou pracovní veletrhy pořádány na školách (vysoké školy), kdy se zaměřují obvykle na absolventy škol. Ovšem veletrhy jsou koneckonců přístupné všem, proto kdokoliv může požádat o kontakt např. na zástupce společnosti.

Na závěr jsou také pracovní nabídky vyvěšeny např. na **nástěnkách škol**, na **úřadech státní správy**, ve **zdravotnických zařízeních**, a další.

#### **2.4.2 Neformální zdroje**

Neformální zdroje pracovních míst jsou zdroje, které nezahrnují použití formálních zprostředkovatelů. Neformální aktivity zaměřené na hledání zaměstnání spočívají v kontaktování a propojení:

**1) s bývalými zaměstnanci, přáteli nebo příbuznými**, kteří mají spojení s vybranými organizacemi, a také kontaktování s dalšími **zaměstnanci společnosti**,

**2) online sociální sítě.**

Jandura (2014) tvrdí, že nejlepší volbou, jak získat nové povolání je **kontaktovat** svůj okruh **přátel, rodiny a známých**. Protože jen zde využíváme osobní vztahy, jinde nikoliv.

Geisslerová a kol (2012) uvádí, že současný zaměstnanec či přítel z oboru může navrhnout přijatelného zájemce. Důležitým bodem je tedy, **ptát se svých známých**, např. jestli ve firmě, kde pracují, nehledají nové uchazeče. Protože pokud vás přátelé doporučí „v očích“ personalisty budete vypadat věrohodněji, než kandidáti, kteří se hlásí na pohovory do této firmy. Šance na nalezení zaměstnání se zvýší tím, že sami oslovíme korporaci, ve které bychom chtěli pracovat.

Doporučuje se zpracovat formuláře, tj. **životopis** nebo **motivační dopis (viz kap. č.)**, který poté předáte firmě. Pokud firma aktuálně volné místo nemá, zařadí si vás do databáze a posléze vás může kontaktovat přednostně při následujícím výběrovém řízení.

**Přímé kontaktování společností**, popřípadě osobní návštěva je přijatelná, jestliže máte vybranou určitou firmu, ve které byste byli rádi zaměstnání. Doporučuje se zjistit si kontaktní údaje na člověka nebo na personální oddělení, které má na starosti nábor uchazečů. Důležitým krokem je také informovat se o dané firmě.

Pro uchazeče je další z možností **oslovení bývalého zaměstnavatele**. Toto je také považováno za jeden ze způsobů kontaktování (Siegel, 2005).

Použití **online sociálních sítí** je také neformální vyhledávací chování. Blömer (2015) cituje, že Wanberg, Kanfer a Banas (2000, str. 492) definovali hledání práce pomocí sítě jako: *„individuální akci zaměřenou na kontakt s přáteli, známými a dalšími lidmi za účelem získání informací o práci.“* Sociální sítě jsou stále více využívaným nástrojem pro profesionály v oblasti řízení lidských zdrojů, aby propagovali pracovní místa a efektivně vyhledávali informace o uchazečích o zaměstnání. Mnoho lidí využívá v dnešní době **Facebook, Twitter, Myspace, Google, Habbo, Flixter** a další. Populární sociální profesní sítí je **LinkedIn**. Jedná se o největší sociální profesní síť na světě, která zahrnuje přes 500 milionů lidí z přibližně 200 zemí. Tuto sociální síť využívají, jak lidé, kteří se snaží najít práci, tak personalisté nebo headhunteri<sup>9</sup>. Každý uživatel má svůj profil, ve kterém si vyplní svůj životopis. LinkedIn neslouží pouze k nalezení nových pracovních míst, ale také poskytuje různé aplikace, pomocí

---

<sup>9</sup> Personalisté agentur, kteří oslovují a vyhledávají uchazeče.

nichž se můžeme spojit např. s bývalými či současnými kolegy z práce, se spolužáky ze škol nebo s obchodními partnery (LinkedIn, 2018).

**Tabulka č. 2.4: Shrnutí formálních a neformálních zdrojů**

<b>Formální zdroje hledání práce</b>	<b>Neformální zdroje hledání práce</b>
Portály s nabídkami práce (Indeed, MONSTER,...)	Sociální sítě (kontakt s přáteli a rodinou)
Kontaktování pracovních a personálních agentur	Přímé kontaktování společnosti
Denní tisk (New York Times, Chicago Tribune,...)	Kontaktování bývalého zaměstnavatele
Registrace na Úřadu práce	Online sociální sítě (LinkedIn, Facebook,...)
Návštěva pracovních veletrhů	-
Pracovní nabídky na nástěnkách škol, ve zdravotnickém zařízení a další	-

Zdroj: Blömer, 2015

Online hledání práce se stalo preferovanou metodou hledání téměř všech typů uchazečů o zaměstnání. V současné době uchazeči o zaměstnání, kteří hledají zaměstnání pomocí internetu, mají větší pravděpodobnost, že si zaměstnání najdou rychleji než ti, kteří internet nevyužijí (Blömer, 2015).

### 3 Účinnost vybraných metod hledání zaměstnání

Hledání zaměstnání může být obtížné a časově náročné. Podstatné je vědět v jakém sektoru chtějí uchazeči pracovat, jaké jsou jejich stanovené cíle a co od potenciálního zaměstnavatele očekávají.

Žádná metoda nemůže zaručit, že si uchazeči najdou zaměstnání, ale některé metody hledání zaměstnání budou pravděpodobně úspěšnější než jiné. Ve Spojených státech amerických do nedávných let byla nejúčinnějším způsobem hledání zaměstnání pomocí informací získávaných ze sociální sítě jedince (doporučení od rodiny a přátel), po níž následovalo používání internetových portálů s nabídkami pracovních míst, agentury práce, přímý kontakt se zaměstnavateli a další uvádí Forbes (2011). Avšak v roce 2017 podle statistiky, kterou provedl Gallup (2017), nejčastěji používanou metodou hledání zaměstnání se stalo navštěvování firemních webových stránek, informace získávané ze sociální sítě jedince, internetové portály a další.

V USA v letech 2008 až 2010 uchazeči o zaměstnání oslovovali pomocí **sociálních sítí** své přátele, rodinu, bývalé spolupracovníky a další. Nejúčinnější metodou hledání zaměstnání podle průzkumu bylo využívání sociální sítě (Forbes, 2011).

**Druhou nejúspěšnější** metodou vyhledávání pracovních příležitostí podle studie Right Management, jak uvádí (Forbes, 2011) je reagovat **na nabídky zaměstnání na internetových portálech**.

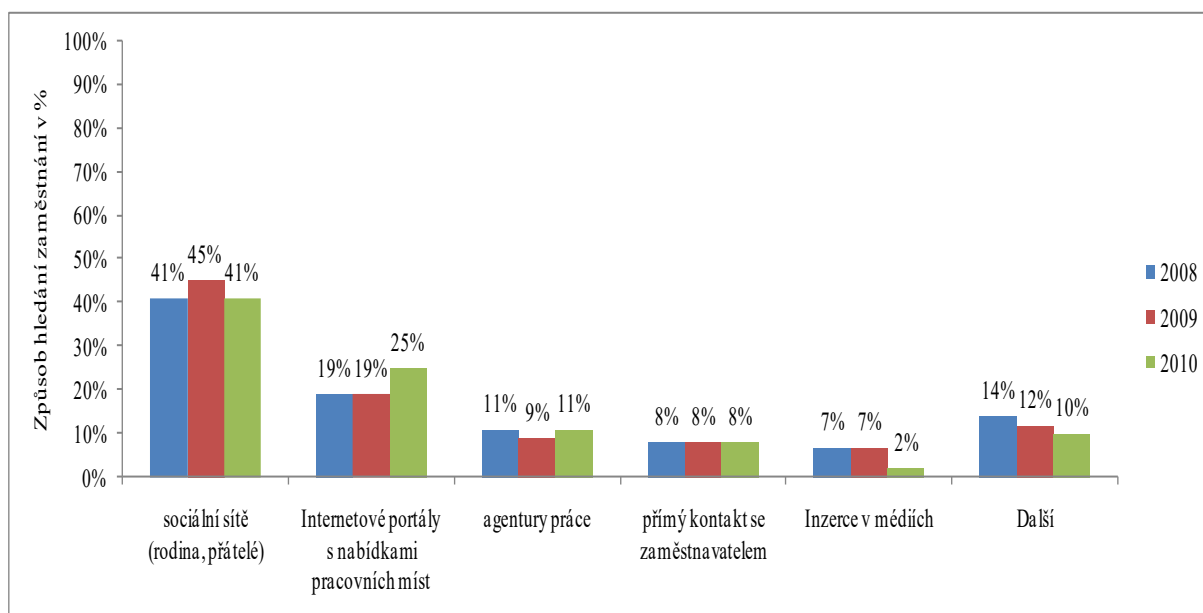
DeepTalent HR (2016) uvádí, že nejvíce je využíván internetový portál s nabídkami pracovních míst tzv. Indeed. Důvodem je, že umožňuje volné zprostředkování pracovních míst. Dále následuje MONSTER, poté CareerBuilder, USAJobs.Gov, SimplyHired a na poslední příčce je umístěn Snagajob, který funguje na podobné bázi jako Indeed a LinkedIn, kdy si uchazeč založí svůj účet a kontroluje nabídky práce.

**Třetí nejúspěšnější** metoda vyhledávání pracovních příležitostí podle studie správného řízení je najít si zaměstnání prostřednictvím **agentury práce**. Agentury pro vyhledávání pracovních příležitostí odpovídají dovednostem, zájmům a vzdělávacím potřebám uchazečů o zaměstnání s potenciálními zaměstnavateli, aby zlepšily šance na nalezení. V roce 2018 byl proveden průzkum, kdy bylo prověřováno přes 3 000 pracovních agentur. Nejlepší recenze obdržela například, agentura Kelly Services, KNF & T, Randstad, Adecco a další. Posuzovalo

se, např. jak jsou agentury uznávány za svou práci a jak jsou schopny oslovovat kandidáty atd.

Kariérní poradce Thomas J. Denham radí uchazečům o zaměstnání, aby se přímo obrátili **na zaměstnavatele**. Podle studie společnosti Right Management o metodách hledání zaměstnání se oslovení zaměstnavatele podílelo na 8 % úspěšného hledání zaměstnání v letech 2008, 2009 a 2010. Centrum kariérových služeb doporučuje navštívit osoby ve firmách, které dohlíží na lidi s podobnými dovednostmi, jako jsou vaše vlastní (Thompson, 2017).

**Graf č. 3.1: Způsoby hledání zaměstnání v USA za rok 2008, 2009 a 2010**

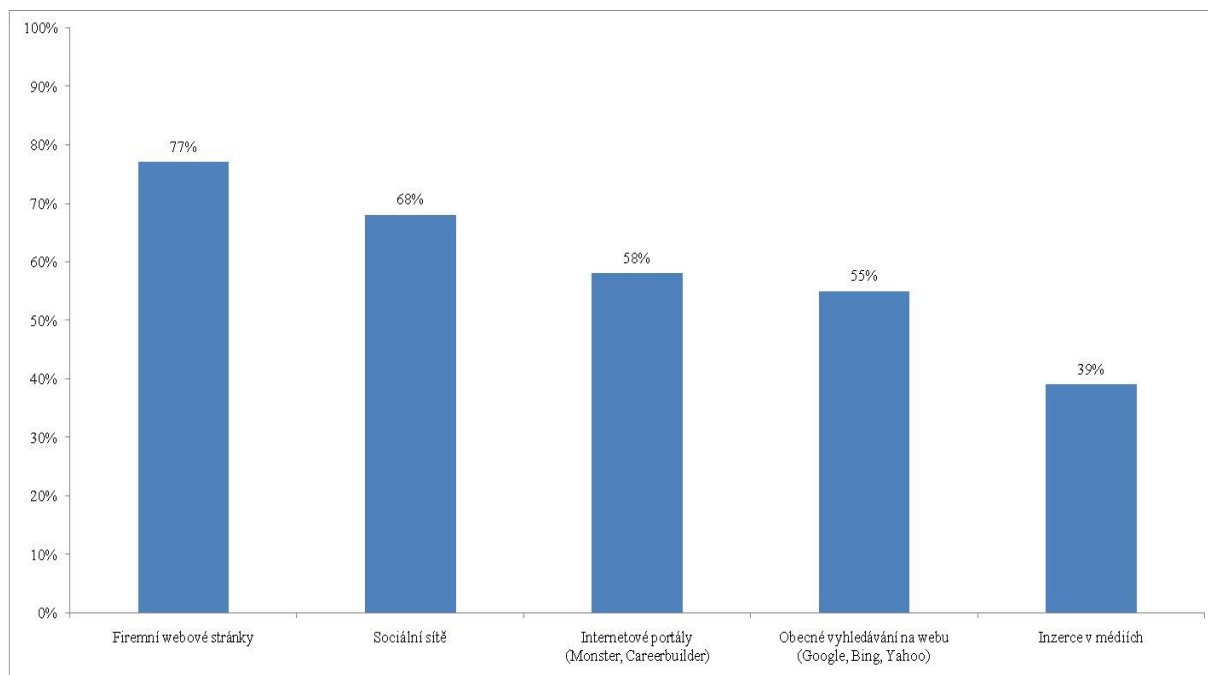


Zdroj: Forbes, 2011

V roce 2017 došlo k nepatrným změnám v používání informačních zdrojů při hledání zaměstnání, jak uvádí Galupp (2017). Jak již bylo řečeno v úvodu kapitoly č. 3, v první řadě se umístily návštěvy firemních webových stránek a to s 77 %. V grafu č. 3.1 je uvedeno, že nejúspěšnější metodou hledání zaměstnání jsou sociální síť, v roce 2017 skončily na druhém místě a to s 68 %. Internetové portály, jako je např. Indeed, MONSTER a další, jsou

zastoupeny 58 %. Naopak dochází k poklesu využívání inzerátu v médiích, tato metoda se umístila na posledním místě a to s 39 % (viz graf č. 3.2).

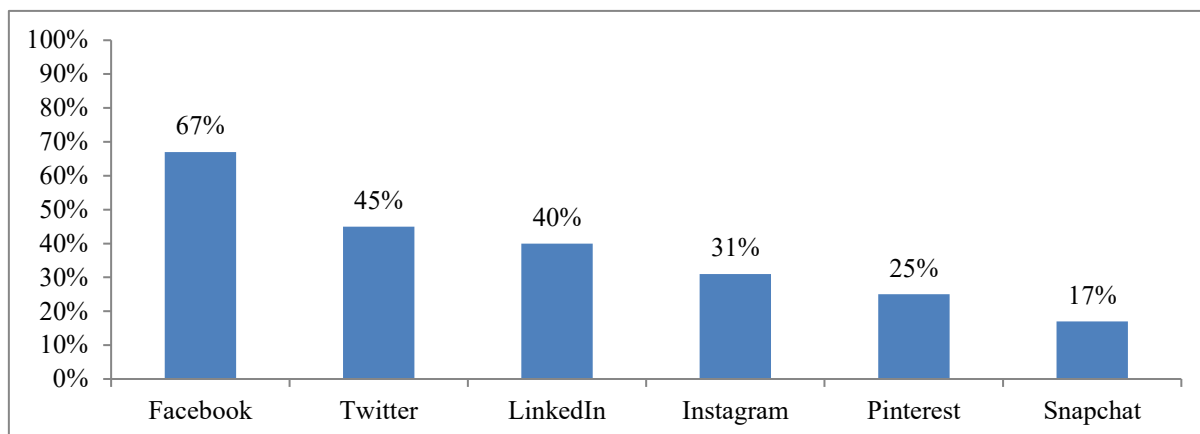
**Graf č. 3.2: Způsoby hledání zaměstnání v USA za rok 2017**



Zdroj: Gallup, 2017

Americká společnost Jobvite provedla online průzkum o 2135 respondentů v USA ve věku 18 let a starších. Účastníci byli podrobeni screeningu na základě průběhu hledání zaměstnání. Průzkum obsahoval otázky týkající se současného stavu zaměstnání a využívání sociálních sítí a mobilních zařízení k nalezení pracovních příležitostí (Job Seeker Nation Study, 2015).

**Graf č. 3.3 : Využívání online sociálních metod při hledání zaměstnání v USA**



Zdroje: Job Seeker Nation Study (2015)

Pracovní příležitosti se v průběhu let změnily, protože nyní existují nové způsoby interakce. Především sociální média sehrála obrovskou roli v procesu hledání zaměstnání. Sociální média zlepšily způsob, jakým lze komunikovat s manažery a různými společnostmi, viz graf č. 3. 3.

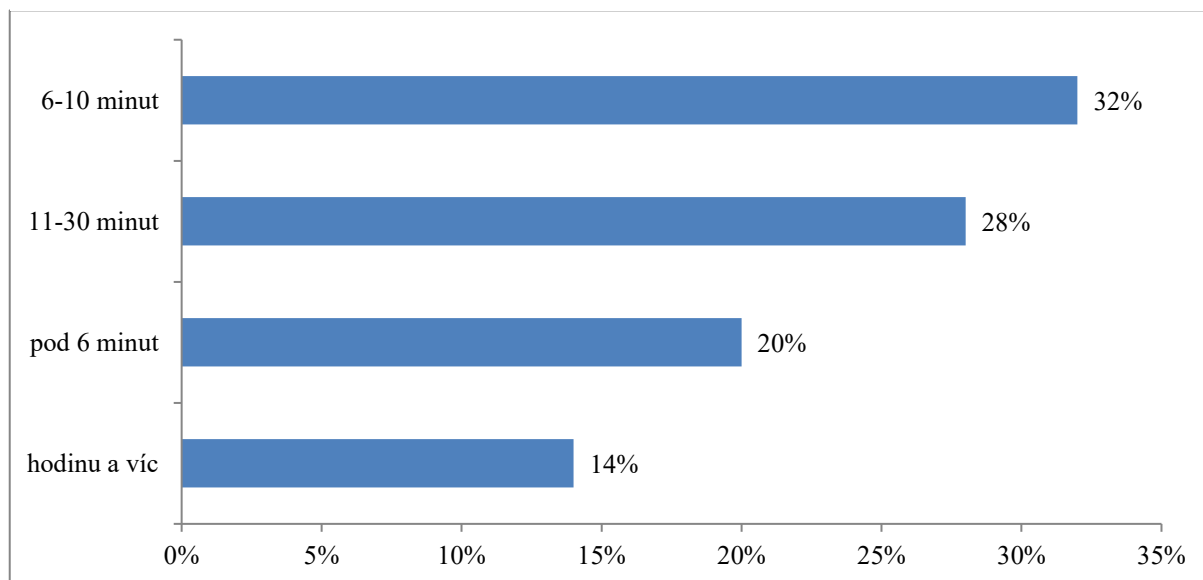
Facebook, LinkedIn a Twitter jsou nejvyužívanější online sociální sítě pro uchazeče o zaměstnání. Facebook pro hledání zaměstnání využívá 71 % mužů a 55 % žen, Twitter využívá 51 % mužů a 29 % žen a LinkedIn 41 % mužů a 36 % žen. Zajímavostí je, že Facebook je zatím pro uchazeče o zaměstnání na prvním místě, i když je LinkedIn největší sociální profesní síť na světě, která zahrnuje přes 500 milionů lidí z přibližně 200 zemí. Online sociální sítě nevyužívají jen uchazeči, ale také zaměstnavatelé, kteří propagují volné pracovní pozice. Velký potenciál má do budoucna také Instagram, Pinterest či Snapchat, zde dochází k propagaci zaměstnání pomocí různých videí a spotů.

Lidé ve věku 18-29 let častěji využívají sociální sítě, aby vyhledávali informace o společnostech než lidé ve věku 55 +.

Navzdory rozšiřování online nástrojů pro vyhledávání pracovních míst, od pracovních portálů (Indeed, MONSTER, atd.) až po profesní sociální sítě, jako je např. LinkedIn. I přesto provedené studie tvrdí, že většina lidí stále hledá zaměstnání prostřednictvím kontaktu s rodinou a přáteli.

V dnešní době mobilní telefony používá více než polovina světové populace. JobVite uvádí, že uchazeči o zaměstnání využívají internet na mobilních zařízeních pro hledání zaměstnání více, než připojení k internetu na notebooku či stolním počítači. Na grafu č. 3.4 je

**Graf č. 3.4 : Kolik času stráví uchazeči na mobilních zařízeních při hledání zaměstnání**



Zdroje: Job Seeker Nation Study (2015)

viditelné, jakou dobu stráví uchazeči na mobilním zařízení při hledání zaměstnání.

Společnosti Jobvite, která prováděla studii, při které zjistila, že celkově průměrný proces hledání zaměstnání trvá přibližně 6 týdnů, avšak v jednotlivých odvětvích se hledání samozřejmě liší. Proces hledání zaměstnání je rozdělen do několika etap (viz kapitola č. 2. 3). Podle údajů společnosti Jobvite jsou pracovní místa nejrychleji obsazena v pohostinství a v maloobchodech, a to přibližně za 36 a 40 dní. Ovšem v oblasti zdravotnictví to může trvat v průměru až 65 dní.

Většina průzkumů či studií tvrdí, že nejdůležitější preferencí uchazeče o zaměstnání je finanční ohodnocení, tj. plat či mzda. Uchazeči o zaměstnání se zajímají o mzdu či plat ještě předtím, než se ucházejí o zaměstnání. Připravují si otázky, aby se zeptali na strukturu platů a zvyšování platů během pohovoru o zaměstnání. Jestliže upustíme od této preference, každá věková kategorie preferuje odlišné faktory.



Rozhodujícím faktorem při hledání zaměstnání pro **věkovou kategorii 18-29 a 55+** je lokalita pracovního místa. Většina kandidátů z uvedených věkových kategorií dává přednost centru města. Jako podstatný problém uvádějí dojíždění do zaměstnání, které může být finančně nákladné pro lidi od 18-29 let a časově náročné pro uchazeče 55+.

Příležitosti pro rozvoj a profesní růst preferuje **věková kategorie 30-39 let**. Očekávají, že budoucí zaměstnavatelé nabídnout řadu programů, školení a kurzů, které pomohou zlepšit a rozvíjet jejich dovednosti a dosáhnout, tak profesního růstu.

Průzkumu naznačuje, že nejdůležitější věci pro **věkovou kategorii 40-54 let** při hledání zaměstnání jsou firemní benefity. Jedná se například o pojištění za způsobenou škodu, důchodové připojištění, zdravotní pojištění a další. Tato výhoda byla považována za nejdůležitější přínos v nedávném výzkumu společnosti Glassdoor (Job SeekerNation Study, 2015).

Pro 60 % žen je důležitý celkový dojem z pracovního prostředí a pracovní flexibilita, u mužů se jedná o 48 %.

Starší uchazeči (55+ let) o zaměstnání tvrdí, že pro mladší generaci (18 – 29 let) uchazečů je snadnější si najít zaměstnání, zatímco mladší uchazeči o zaměstnání často uvádí, že je to opravdu těžší.

Starší generace má více zkušeností a také delší praxi v oboru než mladší generace. Avšak předpokládají, že mnoho zaměstnavatelů by raději zaměstnala někoho mladšího. Důvodem je, že budoucí zaměstnavatelé se mohou domnívat, že starší generace (55+) nebude schopna přizpůsobit se nebo získat nové dovednosti. Zaměstnavatelé chtějí zaměstnávat mladší generaci s domněnkou, že mají různorodější a aktuálnější kvalifikace a mladistvý přístupem k věci.

Průzkum poukázal na to, že uchazeči ve věku 55+ se domnívají, že uvedení data narození do svého životopisu znesnadňuje získání zaměstnání či dochází k okamžitému zamítnutí.

Mladší generace uvádí, že pokud již dostanou zpáteční vazbu od zaměstnavatele, zaměstnavatelé je odmítnou, protože nemají dostatečné zkušenosti. Mladší generace předpokládá, že praxe je klíčovým faktorem nad úrovní vzdělání. Zaměstnavatelé by raději

vybrali starší kandidáty kvůli zkušenostem a dovednostem než mladšího uchazeče, kterého by museli zaučit.

Zdá se, že existují překážky, jak pro mladé i starší uchazeče o zaměstnání. Problémem je již zmíněná praxe, zkušenosti a dovednosti, a to už přizpůsobení či nedostatek.

Většina lidí uvádí, že nezáleží na věku, ale jako problém uvádí agentury práce. Tvrdí, že jsou velkou bariérou mezi uchazečem a zaměstnavatelem (totaljobs, 2015).

## 4 Data a metodika analýzy

V této práci jsou použity data Survey of Consumer Expectations (dále uváděno jako SCE) a Survey of Consumer Expectations – Labor Market Survey (dále uváděno jako SCE – Labor Market Survey) v souladu s licenčními podmínkami, které poskytuje uživatelům Federální rezervní banka v New Yorku (Federal Reserve Bank of New York, dále uváděno jako FRBNY). Uživatelům nabízí, celosvětové, bezplatné a nevýlučné právo používat a šířit otázky a údaje SCE publikované FRBNY. Dále mohou uživatelé produkovat, reprodukovat a distribuovat tzv. práci odvozenou<sup>10</sup> na základě otázek a údajů SCE publikovaných FRBNY.

Odvozené práce, zahrnují například práce, které kopírují některé, ale ne všechny, otázky SCE samotné nebo v kombinaci s novým materiálem, údaje, které překládají, upravují nebo jinak mění nebo upravují otázky SCE, jak byly předloženy FRBNY, a manipulaci, analýzu a interpretaci dat SCE publikovaných společností FRBNY.

Uživatelé nesmějí tvrdit ani naznačovat, že se společnost FRBNY účastní, sponzoruje, schvaluje, podporuje nebo přispívá k jakémukoli použití, analýz, interpretací nebo publikování otázek nebo údajů SCE nebo jakýchkoli odvozených děl jiným osobám než společností FRBNY. Zatímco otázky SCE mohou být použity nebo upraveny pro použití v průzkumech, další průzkumy nesmějí odkazovat na jiný průzkum nebo jiné dotazy Federálnímu rezervnímu subjektu, včetně FRBNY (Armantier, Topa, Klaauw and Zafar, 2016).

V kapitole 4.1 je popsán národní internetový průzkum Survey of Consumer Expectations nebo-li „Průzkum očekávání spotřebitelů“. Jedním z dodatkových modelů SCE je SCE Labor Market Survey. Jak se získává a tvoří vzorek respondentů je nastíněn v podkapitole 4.1.1 V další podkapitole 4.1.2 je uvedeno, jak se sbírají data od respondentů.

---

<sup>10</sup>Odvozená práce se stává druhou samostatnou prací nezávislou ve formě od základní práce. V autorském právu je odvozená práce expresivní tvorba, která zahrnuje důležité prvky chráněné autorskými právy původního dříve vytvořeného prvního díla.

V praktické části (viz kapitola č. 5) je pozorováno 1100 respondentů, kdy 200 respondentů tvoří nezaměstnaní a 910 zaměstnaní, za období 2014 a 2015. Je důležité podotknout, že odpovídající respondenti nemusí odpovídat na všechny otázky, někteří respondenti nebyli zahrnuti do počítaných hodnot kvůli nedůvěryhodným odpovědím a také pro reprezentativnost vzorků byly aplikovány váhy. V praktické části je využita deskriptivní metodika a tvorba kontingenčních tabulek<sup>11</sup>.

## 4.1 Survey of Consumer Expectations

Průzkum očekávání spotřebitelů (Survey of Consumer Expectations, dále uváděno jako SCE) byl vytvořen Federální rezervní bankou v New Yorku (FRBNY) v roce 2013. Jedná se o národní internetový průzkum, který poskytuje informace o zkušenostech a očekávání jednotlivců, např. na trhu práce. Týká se přibližně 1300 domácností, kdy jeden z rodiny je definován jako hlava domácnosti (householdheads), která vlastní nebo má v pronájmu dům či byt.

Existují tři hlavní cíle průzkumu:

- **měření očekávání spotřebitelů**
- **porozumění tvorbě očekávání**
- **zkoumání vazeb mezi očekáváním a chováním**

Průzkumy jsou prováděny měsíčně, kdy noví respondenti jsou každý měsíc vybíráni pomocí amerického průzkumu (American Community Survey<sup>12</sup>, ACS), který poskytuje hlavní informace o obyvatelstvu v USA. Informace z průzkumu generují údaje, které pomáhají zjistit, jakým způsobem je distribuováno více než 675 miliard dolarů.

SCE se skládá ze dvou součástí. Za prvé, obsahuje základní měsíční modul o očekáváních makroekonomických proměnných a domácností. Respondenti jsou dotazováni na svá inflační očekávání, stejně jako očekávání týkající se dalších výdajových položek v domácnostech, jako je např. benzín, jídlo, nájem, lékařská péče, vysokoškolské vzdělání atd.

---

<sup>11</sup>Kontingenční tabulka - se ve statistice užívá k přehledné vizualizaci vzájemného vztahu dvou statistických znaků.

<sup>12</sup>ACS - je průběžný průzkum, který pravidelně shromažďuje informace ze sčítání lidu v USA. Poskytuje informace týkající se např. dosaženého vzdělání, příjmy, jazykové znalosti, migrace, atd.

Průzkum se také zabývá očekáváními o nezaměstnanosti, úrokových sazbách, akciovém trhu, dostupnosti úvěrů, daních a vládním dluhu. Respondenti jsou navíc požádáni, aby oznámili svou aktuální pozici na trhu práce, včetně změn v jejich příjmech, pravděpodobnosti ztráty své současné práce (nebo dobrovolný odchod ze zaměstnání), a vnímanou pravděpodobnost nalezení nového zaměstnání. Nakonec je respondentům položena otázka neočekávané změny celkových příjmů a výdajů jejich domácnosti. Tyto otázky o očekáváních jsou rozmístěny v různých časových horizontech a v různých formátech.

Druhou součástí SCE je doplňující modul, který je složen z několika témat. Jedná se např. o trh práce, výdaje v domácnostech a další. Tato témata se opakují každé čtyři měsíce, avšak existují i plovoucí doplňující témata, která jsou určena podle potřeby. Dosud zahrnutá témata v plovoucím doplňku obsahují zákon o cenově dostupné zdravotní péči, studentské půjčky, dávky na pracovišti jako je např. péče o děti a rodinné dovolené a používání pojistných produktů.

Respondenti SCE vyplňují buď hlavní měsíční modul a měsíční přílohy či čtvrtletní průzkumy. Vyplnění hlavního měsíčního modulu a měsíčních příloh trvá asi 15 minut, čtvrtletní průzkumy zabírají přibližně 30 minut. SCE v současné době obsahuje čtvrtletní průzkumy o trhu s bydlením, trhu práce, spotřebě, úsporách a aktivech. Podskupina těchto průzkumů je navržena částečně nebo zcela jinými Federálními rezervními bankami. Většina těchto průzkumů se opakuje od roku 2009 a to každoročně, protože každý jednotlivce SCE zůstává v programu po dobu 12 měsíců. Všechny dotazníky jsou prováděny elektronicky (Armantier, Topa, Klaauw and Zafar, 2016).

Jedním z dodatkových modulů k Survey of Consumer Expectations je **SCE Labor Market Survey**, který byl vytvořen v březnu v roce 2014 Federální rezervní bankou v New Yorku. Jedná se o průzkum trhu práce SCE, který se provádí každé čtyři měsíce, a to v dubnu, srpnu a prosinci. V rámci průzkumu očekávání spotřebitelů, shromažďuje informace o zkušenostech a očekáváních jednotlivců ohledně trhu práce - včetně výdělků, změny pracovních příležitostí a pracovních nabídek. Žádné jiné datové zdroje nesbírají informace o tak komplexním souboru zkušeností na trhu práce a o očekáváních pro tytéž osoby v průběhu času, a to pravidelně a pro reprezentativní vzorky respondentů na celostátní úrovni (Rogerson, Shimer and Wright, 2005).

Mezi další dodatkové moduly řadíme např. SCE HousingSurvey nebo SCE Credit Access Survey(Rogerson, Shimer and Wright, 2005).

#### 4.1.1 Vzorek respondentů

Při vývoji dotazníku se SCE nyní věnuje aktuálním otázkám, které jsou zaměřeny na základní průzkumy. Kvantitativní otázky jsou rozděleny např., na:

- **otázky, které vyvolávají očekávání o binárních výsledcích<sup>13</sup>**(např. pravděpodobnost, že americký akciový trh bude vyšší za 12 měsíců)
- **otázky, které se zabývají např. mírou inflace v příštích 12 měsících**

Cílem průzkumu spotřebitelské důvěry (Consumer Confidence Survey, označována jako CCS) je poskytnout aktuální informace o názorech spotřebitelů na ekonomický vývoj a finanční situaci svých domácností. Provádí se za pomoci poštovního průzkumu, který používá adresy založených vzorků, kdy každý měsíc dojde k výběru nových náhodných vzorků založených na základě americké poštovní služby. Adresy jsou odvozeny ze souborů, které jsou vytvořené poštovní službou USA (U.S. Postal Service). Poštovní služba USA má přehled o všech adresách domácností ve Spojených státech. Služby jsou obnovovány každý měsíc, aby byly zajištěny aktuální adresy domácností v USA. Cílová návratnost CCS vzorku je zhruba 3000 vyplněných dotazníků každý měsíc.

Vzorek respondentů pro SCE se vybírá z respondentů CCS, kteří vyjádřili schopnost a ochotu účastnit se SCE na základě odpovědí na dvě otázky, které jsou uvedeny na konci dotazníku CCS. První otázka zní: „*Máte přístup k internetu a máte e-mailovou adresu?*“ Těm, kteří odpoví „ANO“, je položena druhá otázka, která se ptá na finance a další související témata. Jedná se o placený průzkum, který se provádí měsíčně po dobu 12 měsíců. Za každý dokončený průzkum účastník obdrží 15 dolarů.

---

<sup>13</sup>pozn. Binární soustava jedná se o číselnou soustavu, která používá dvě číslice a to 0 a 1.

Průměrně 53 % respondentů CCS v daném měsíci vyjádří ochotu zúčastnit se nového on-line průzkumu. Z těch, kteří se zajímají o účast, je 300 až 320 jedinců, pozváno, aby se připojili k panelu SCE na internetu na následující dva měsíce. Z čehož 150 až 180 lidí skutečně dokončí průzkum.

Na čerpání nových respondentů CCS do SCE se používá stratifikovaný náhodný výběr, přičemž se vybírají vrstvy založené na příjmech, pohlaví, věku, rase/etnickém původu atd. Váhy vzorků jsou zvolené tak, aby maximalizovaly reprezentativnost SCE modulu (Armantier, Topa, Klaauw and Zafar, 2016).

Reprezentativnost skupiny respondentů závisí na řadě faktorů, včetně složení:

- **vzorku respondentů CCS, kteří ohlásili přístup k internetu a e-mailu a kteří jsou ochotni se zúčastnit průzkumu SCE;**
- **vzorku pozvaných a zainteresovaných respondentů CCS, kteří se skutečně rozhodli vstoupit do panelu s tím, že dokončí první průzkum SCE;**
- **vzorku účastníků SCE, kteří se nadále účastní panelu po vstupu.**

Hlavní rozdíl ve složení vzorků mezi CCS a ACS se týká věku, přičemž mladší skupina lidí je poněkud nedostatečně zastoupena v CCS, což je společný rys poštovních průzkumů.

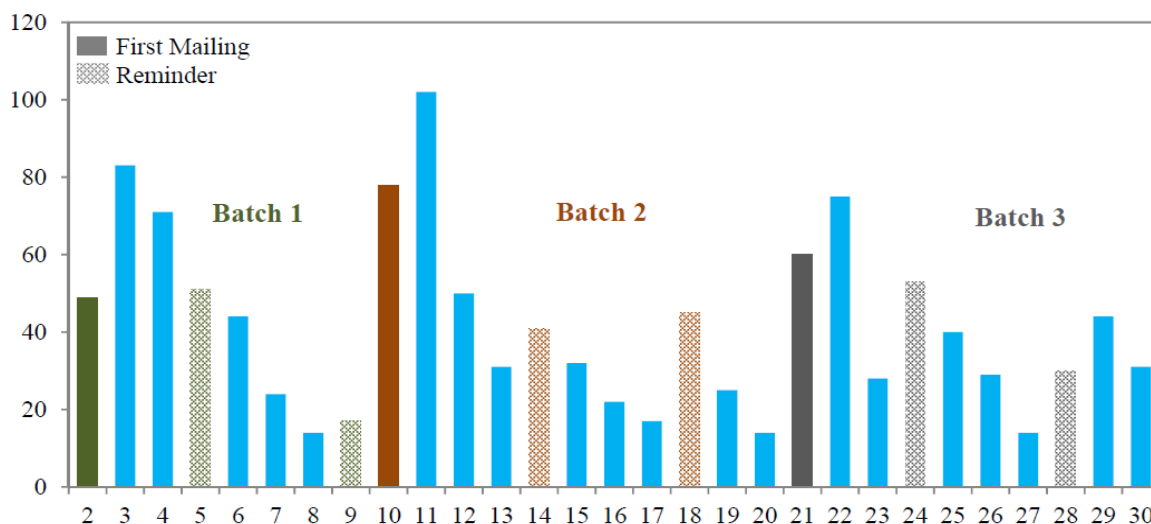
Vzorek SCE se skládá z respondentů CCS, kteří oznámili, že mají přístup k internetu a elektronickou poštou, a vyjádřili ochotu připojit se k novému online průzkumu (Armantier, Topa, Klaauw and Zafar, 2016).

#### **4.1.2 Sběr dat**

Cílem průzkumu je zachytit očekávání spotřebitelů v daném měsíci. Za tímto účelem je dotazník zaslán respondentům ve třech šaržích za měsíc. Konkrétně každý měsíc je skupina respondentů rozdělena do tří skupin shodných velikostí. Obecně platí, že první, druhá a třetí skupina obdrží e-mailovou pozvánku k vyplnění průzkumu ve 2., 11. a 20. dni v měsíci. Příležitostně se tento rozpis mění o den nebo dva, kvůli svátkům nebo délce měsíce. Pokud respondenti ještě neodpověděli, obdrží v každé šarži dvě připomenutí emailem, 3. a 7. den po jejich počáteční pozvánce. Ve vzácných případech je e-mailem odeslána třetí příloha do první a druhé šarže (např. pokud je míra odezvy vnímána jako nižší než obvykle). Odpovědi, které

vycházejí z průzkumu pro všechny tři šarže se shromažďují až do posledního dne v měsíci (Armantier, Topa, Klaauw and Zafar, 2016).

**Graf č. 4.1.: Počet průzkumů dokončených v dubnu 2016**



Zdroj: Armantier, Topa, Klaauw and Zafar, 2016

Na grafu č.4.1 můžeme vidět počet responzí v měsíci dubnu 2016. Plné pruhy v zelené, hnědé a šedé barvě představují počet respondentů v jednotlivých dnech ze skupiny 1, 2 a 3, kteří jsou vyzváni k vyplnění průzkumu. Stínové pruhy v zelené, hnědé a šedé barvě představují počet respondentů v jednotlivých dnech, kteří obdrží připomenutí dokončit průzkum.

Každý měsíc je vyzvána „hlava rodiny“, aby odpověděla na dotazník, na který odpovídá zhruba 300 nových respondentů a 1100 respondentů, kteří v uplynulých jedenácti měsících dokončili alespoň jeden průzkum.

Noví respondenti, kteří byli vyzváni k odpovědi na průzkum poprvé, jsou náhodně přiděleni do jedné ze tří skupin. Několik dní předtím, než obdrží pozvánku k vyplnění průzkumu, jsou noví respondenti nejprve kontaktováni poštou a e-mailem, kde obdrží podrobnější informace o průzkumech. Noví respondenti jsou také informováni o platbách, které obdrží za každý provedený průzkum a mají přístup na webovou stránku, kde mohou najít další informace a klást dotazy na helpdesku (Armantier, Topa, Klaauw and Zafar, 2016).



Na začátku každého měsíce jsou respondenti rozděleni do dvou skupin a to na:

- respondenty, kteří již v minulosti dokončili alespoň jeden průzkum (dále **„Respondenti A“**)
- respondenty, kteří nedokončili průzkum v předchozím měsíci (dále **„Respondenti B“**)

„Respondenti B“ jsou náhodně přiděleni do jedné ze tří šarží. Proces přidělení pro „Respondenty A“ je navržen tak, aby:

- v každé šarži byl stejný počet **„Respondentů A“**,
- byl v každé šarži **„Respondenti A“** zhruba stejný průměrný počet dní mezi ukončením dvou po sobě jdoucích průzkumů.

První den každého měsíce jsou „respondenti A“ zařazováni podle počtu dnů od dokončení průzkumu v předchozím měsíci a rozděleni do terciálů.

Respondenti mohou být z panelu odstraněni, pokud nereagují na měsíční průzkumy, ke kterým jsou vyzváni. Tak je tomu zejména u respondentů, kteří nedokončí první průzkum. V opačném případě, pokud respondent nedokončí měsíční průzkum ve třech po sobě jdoucích měsících, pak je respondent z panelu vynechán a již není vyzván k vyplnění dalších průzkumů. Dvanáct měsíců po dokončení prvního průzkumu je každý respondent vyloučen z modulu. Většina jednotlivců neodpoví na otázky už v prvním měsíci. Z 3582 „hlav domácnosti“, kteří byli v roce 2014 vyzváni k účasti na průzkumu, se nepodařilo dokončit první průzkumu cca 1 647 respondentům (tj. 46 %), a proto nebyli znovu vyzváni.

## 5 Metody hledání zaměstnání v USA

Tato kapitola je věnována praktické části bakalářské práce. Zde jsou použity data z národního internetového průzkumu Survey of Consumer Expectatons (dále uváděno jako SCE) a dodatkového modelu Survey of Consumer Expectatons – Labor Market Survey (dále jako SCE – LMS) v souladu s licenčními podmínkami, které poskytuje uživatelům Federální rezervní banka v New Yorku.

V praktické části je využíváno 1100 respondentů hledající zaměstnání, kdy 200 respondentů tvoří nezaměstnaní a 910 zaměstnaní za období 2014 a 2015. Je důležité podotknout, že odpovídající respondenti nemusí odpovídat na všechny otázky, někteří respondenti nebyli zahrnuti do počítaných hodnot kvůli nedůvěryhodným odpovědím a také pro reprezentativnost vzorků byly aplikovány váhy (již bylo zmíněno v kapitole č. 4).

V kapitole č. 5 můžeme vypořádat, kolik respondentů hledá zaměstnání a jak dlouho hledají zaměstnání, či jak dlouho jsou nezaměstnaní. Dále projevy aktivity dle věkové kategorie nebo vzdělání mezi zaměstnanými a nezaměstnanými. Které informační zdroje jsou využívány při hledání zaměstnání mezi nezaměstnanými a zaměstnanými respondenty. A jakou nejnižší transferovanou hodinovou mzdu by nezaměstnaní přijali.

V první řadě, aby bylo možné pracovat s daty, byly položeny dvě důležité otázky, zda nezaměstnaní respondenti hledají zaměstnání a jestli zaměstnaní respondenti projevili aspoň nějakou aktivitu při hledání zaměstnání.

Jak můžeme vidět v tabulce č. 5.1, kdy z celkového počtu, tj. 228 respondentů odpovědělo, že zaměstnání hledá 200 lidí, tj. 87 % nezaměstnaných respondentů, zbylých 28 (13 % respondentů) neprojevilo žádnou aktivitu. Můžeme se domnívat, že důvodem, proč lidé nehledají zaměstnání, může být, pobírání dávek či podpor, registrace na úřadu práce, příjmy členů rodiny, dědictví atd.

Jak nám ukazuje tabulka č. 5.2, kolik zaměstnaných respondentů, chce změnit své zaměstnání a podniká k tomu kroky ve formě hledání nového zaměstnání. Projevilo aktivitu celkem 910 respondentů, tento vzorek je klíčový v této praktické části. Z 910 respondentů 219, tj. 6 % zaměstnaných hledá zaměstnání, za účelem najít si nové a lepší. 691, tj. 19 % respondentů projevilo aktivitu při hledání zaměstnání, ale své současné zaměstnání nechťejí

opustit. Jedná se spíše o zvědavost, přehled či srovnání aktuálního zaměstnání s ostatními. Zaměstnání nehledá zbytek, tj. 2730 (75 %) respondentů, se svým zaměstnáním je spokojeno.

**Tabulka č. 5.2: Jestli nezaměstnaní hledají zaměstnání<sup>14</sup>**

	<b>Počet nezaměstnaných respondentů</b>
<b>Ano, hledám zaměstnání</b>	200
<b>Poměr v %</b>	87 %
<b>Ne, nehledám zaměstnání</b>	28
<b>Poměr v %</b>	13 %
<b>Celkem odpovídajících</b>	<b>228</b>

Zdroj: Federal Reserve Bank Of New York, 2018; vlastní zpracování

**Tabulka č. 5.3: Projev aktivity zaměstnaných při hledání zaměstnání<sup>15</sup>**

	<b>Počet zaměstnaných respondentů</b>
<b>Ano, hledám zaměstnání, chci opustit současné zaměstnání a najít si nové</b>	219
<b>Poměr v %</b>	6 %
<b>Ano, hledám další zaměstnání, aniž bych opustil(a) současné zaměstnání</b>	691
<b>Poměr v %</b>	19 %
<b>Ne, zaměstnání nehledám</b>	2730
<b>Poměr v %</b>	75 %
<b>Počet respondentů</b>	<b>3640</b>

Zdroj: Federal Reserve Bank Of New York, 2018; vlastní zpracování

Než přejdeme k pozorovaným, tzn. 200 respondentů nezaměstnaných, kteří hledají zaměstnání a 910, kteří mají zaměstnání, ale projeví aktivitu při hledání zaměstnání. Zaměříme se na rozdíly v délce nezaměstnanosti mezi respondenty (nezaměstnanými<sup>16</sup>), kteří

---

<sup>14</sup>Příloha – Q15

<sup>15</sup> Příloha – Js6

<sup>16</sup> Pro respondenty, kteří jsou zaměstnaní by byla tato otázka: „*Jak dlouho jste nezaměstnaní?*“, nelogická. Proto se v tabulce č. 5.3, pouze zaměříme na respondenty nezaměstnané.

v tabulce č. 5.1, odpověděli: „*Ano, hledám zaměstnání* (dále viz. tabulka č. 5.3, jako – viz. ANO). A respondenty, kteří odpověděli: „*Ne, zaměstnání nehledám* (dále, viz tabulka č. 5.3, jako – viz. NE).“

Jak můžeme z tabulky č. 5.3 vypočítat, kdy průměrný počet měsíců nezaměstnanosti u respondentů, kteří odpověděli, že zaměstnání nehledají je dvojnásobný, tj. 47,41 měsíců, než u nezaměstnaných, kteří odpověděli, že hledají zaměstnání, tj. 21,06 měsíců. Jestliže se podíváme na medián, vidíme až pětinasobný rozdíl. Lze očekávat, že mohlo dojít k poklesu aktivity při hledání zaměstnání a respondenti to jednoduše vzdali či jak již bylo zmíněné výše, jsou finančně zabezpečeni, např. dědictví, úspory, příjmy plynoucí ostatních členů rodiny atd. U respondentů, kteří odpověděli viz. ANO, 10 % respondentů je nezaměstnáno méně než jeden měsíc.

**Tabulka č. 5.4: Délka nezaměstnanosti v počtu měsíců<sup>17</sup>**

	Nezaměstnaní	
	viz. ANO	viz. NE
<b>Průměrný počet měsíců</b>	21,06	47,41
<b>Percentily</b>	<b>viz. ANO</b>	<b>viz. NE</b>
1 %	0	0
5 %	1	3
10 %	1	7
25 %	3	24
<b>50 %</b>	<b>10</b>	<b>50</b>
75 %	28	60
90 %	51	80
95 %	60	80
99 %	144	228
<b>Celkový součet odpovídajících</b>	<b>195</b>	<b>28</b>
<b>Celkový součet neodpovídajících</b>	<b>5</b>	<b>-</b>
<b>Počet respondentů</b>	<b>228</b>	

Zdroj: Federal Reserve Bank Of New York, 2018; vlastní zpracování

Nadále praktická část bude zaměřena pouze na 200 respondentů nezaměstnaných a 910 respondentů, kteří hledají zaměstnání nebo projeví nějakou aktivitu při hledání.

<sup>17</sup> Příloha – Q16 (viz. ANO), Q19 (viz. NE)

Průměrná délka hledání zaměstnání je u nezaměstnaných respondentů o 3,5krát delší než u zaměstnaných. Zatímco nezaměstnaní věnovali hledání zaměstnání v průměru 72,10 týdnů, zaměstnaní jen 20,04 týdnů. Lze se domnívat, že tento rozdíl je způsobem skutečností, že zaměstnaní už zaměstnání mají, proto aktivita hledání není, tak dynamická, jak u nezaměstnaných.

Jestliže se zaměříme na medián, můžeme vidět, že nezaměstnaní hledají zaměstnání o 3krát více týdnů, tj. 25, než zaměstnaní respondenti, tj. 8 týdnů. 10 % respondentů, kteří hledali nejdéle zaměstnání, činí až 156 týdnů a víc, u zaměstnaných je to o 3krát méně, tj. 52 týdnů (viz tabulka č. 5.4).

Podíváme-li se na medián u nezaměstnaných respondentů, respektive na druhý sloupec, tj. počet týdnů hledání zaměstnání a třetí sloupec, tj. kolik týdnů jsou nezaměstnaní respondenti nezaměstnaní. Vidíme, že respondenti, kteří jsou nezaměstnaní 40 týdnů, hledají zatím zaměstnání pouhých 25 týdnů. Můžeme pozorovat, že čím déle jsou respondenti nezaměstnaní, tím klesá aktivita při hledání zaměstnání.

**Tabulka č. 5.4: Délka hledání zaměstnání vyjádřena v počtu týdnů<sup>18</sup>**

	Nezaměstnaní	Nezaměstnaní	Zaměstnaní
<b>Průměrný počet týdnů hledání zaměstnání</b>	72,1	-	20,04
Percentily	Nezaměstnaní	Nezaměstnaní	Zaměstnaní
	Počet týdnů hledání	Nezaměstnanost v počtu týdnů <sup>19</sup>	Počet týdnů hledání
1 %	1	-	0
5 %	2	4	1
10 %	4	4	2
25 %	8	12	4
<b>50 %</b>	<b>25</b>	<b>40</b>	<b>8</b>
75 %	52	112	20
90 %	156	204	52
95 %	260	240	60
99 %	720	576	192
<b>Celkem odpovědělo</b>	<b>195</b>	<b>195</b>	<b>910</b>
<b>Celkem neodpovědělo</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>-</b>
<b>Celkem respondentů</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>910</b>

Zdroj: Federal Reserve Bank Of New York, 2018; vlastní zpracování

Jestliže porovnáme průměrný počet hodin za 7 dní (viz tabulka č. 5.5), který strávili nezaměstnaní hledáním zaměstnání, tj. je 13,41 hodin a naopak zaměstnaní strávili hledáním zaměstnání přibližně 4,16 hodin za týden, vidíme patrný rozdíl. Toto tvrzení se dalo očekávat, už jen proto, že zaměstnaní respondenti zaměstnání mají. Pokud zohledníme medián, vidíme až pětinasobný rozdíl, tj. 2/hod za týden (zaměstnaní) a 10/hod za týden (nezaměstnaní).

Nejkratší dobu 10 % respondentů strávilo, hledáním zaměstnání 2 hodiny u zaměstnaných to činí 0 hodin. Avšak nejdelší dobu 10 % respondentů nezaměstnaných strávilo hledáním 30 hodin a víc za 7 dní, u zaměstnaných se to činí o 3krát nižší dobu, tj. 10 hodin za týden. Skutečnost, že 10 % respondentů (nejkratší doba) zaměstnaných nestrávilo hledáním žádnou dobu je očividné (viz tabulka č. 5.5).

<sup>18</sup> Příloha – Js7

<sup>19</sup>Nezaměstnanost v počtu týdnů – tento sloupec je vložen z tabulky č. 5. 3 (VIZ. ANO), avšak je přepočten z měsíců na týdny

**Tabulka č. 5.5: Průměrný počet hodin strávený hledáním zaměstnání za 7 dní<sup>20</sup>**

	Nezaměstnaní	Zaměstnaní
<b>Průměrný počet hodin hledání zaměstnání za 7 dní</b>	13,41hod.	4,16hod.
<b>Průměrný počet hodin hledání zaměstnání za 1 den</b>	1hod. 55min. 12 sec	35min. 38 sec
Percentily	Nezaměstnaní	Zaměstnaní
	Počet hodin	Počet hodin
1 %	0	0
5 %	0	0
10 %	2	0
25 %	4	1
<b>50 %</b>	<b>10</b>	<b>2</b>
75 %	20	5
90 %	30	10
95 %	35	14
99 %	50	40
<b>Celkem odpovědělo</b>	<b>171</b>	<b>910</b>
<b>Celkem neodpovědělo</b>	<b>29</b>	<b>-</b>

Zdroj: Federal Reserve Bank Of New York, 2018; vlastní zpracování

Podíváme-li se na projev aktivity nezaměstnaných a zaměstnaných při hledání zaměstnání za 4 týdny, dle struktury vzdělání a věkové kategorie respondentů. Mezi nezaměstnanými se vyskytnou zanedbatelné rozdíly. U zaměstnaných jsou nepatrné rozdíly pouze ve věkové kategorii, ve struktuře vzdělání rozdíl spatříme (podrobněji viz. níže graf č. 5.1 a č. 5.2).

Než přejdeme k podstatě, tím je graf č. 5.1, projev aktivity nezaměstnaných a zaměstnaných při hledání zaměstnání za 4 týdny, podle vzdělávací struktury. Bylo by vhodné obeznámit se, v čem se liší vzdělávací sektor v USA od českého sektoru, a co znamená rozdělení, max. SŠ, VOŠ a VŠ.

Ve Spojených státech amerických studenti absolvují 12 let základního a středního vzdělání, poté mohou pokračovat ve studiu na univerzitě. V tomto se systém vzdělání v České republice neliší. Jedná se odlišnosti v délce vyučování, přestávek, letních škol atd. (STUDUJEME V USA, 2015).

---

<sup>20</sup>Příloha - Js9

Zjednodušeně lze systém vzdělávání rozdělit do 4 fází:

- **primary school** – v České republice označováno jako první stupeň základní školy,
- **middle school** – v České republice odpovídá druhému stupni základní školy,
- **high school** – studenti v USA navštěvují střední školy až od 18 let, zakončeno diplomem HighSchoolDiploma,
- **post-secondary education** – zahrnuje pomaturitní studium na vysokých školách (College neboli University) či vyšších odborných školách (Vocational education).

Respondenti (nezaměstnaní), kteří odpovídali na otázku „*Udělal jste něco v posledních 4 týdnech, abyste našli zaměstnání?*“, jsou rozčleněni podle vzdělávací struktury do tří skupin a to dosažení:

- **maximálně střední školy (max. SŠ)** – tato skupina zahrnuje, primary school a zároveň middle school a také high school,
- **veřejné odborné školy (VOŠ)** – respondenti, kteří dosáhli titulu (associate degree)
- **vysoké školy (VŠ)** – zde jsou zahrnuti respondenti, kteří dosáhli následujících titulů (bachelor's degree – obdoba bakalářského titulu v ČR; master's degree – magisterský titul a doctorate (PhD) – stejné jako PhD v České republice).

Graf č. 5.1 nám ukazuje, rozdíly mezi nezaměstnanými a zaměstnanými, podle struktury vzdělání. Pro sestavení grafu byly vypočteny podíly mezi jednotlivými skupinami (nezaměstnaní a zaměstnaní) a strukturou vzdělání. U nezaměstnaných, celkový počet odpovídajících činil 172 respondentů, 18 z nich se nevyjádřilo. U zaměstnaných celkový počet odpovídajících byl 691 respondentů a 219 respondentů neodpovědělo.

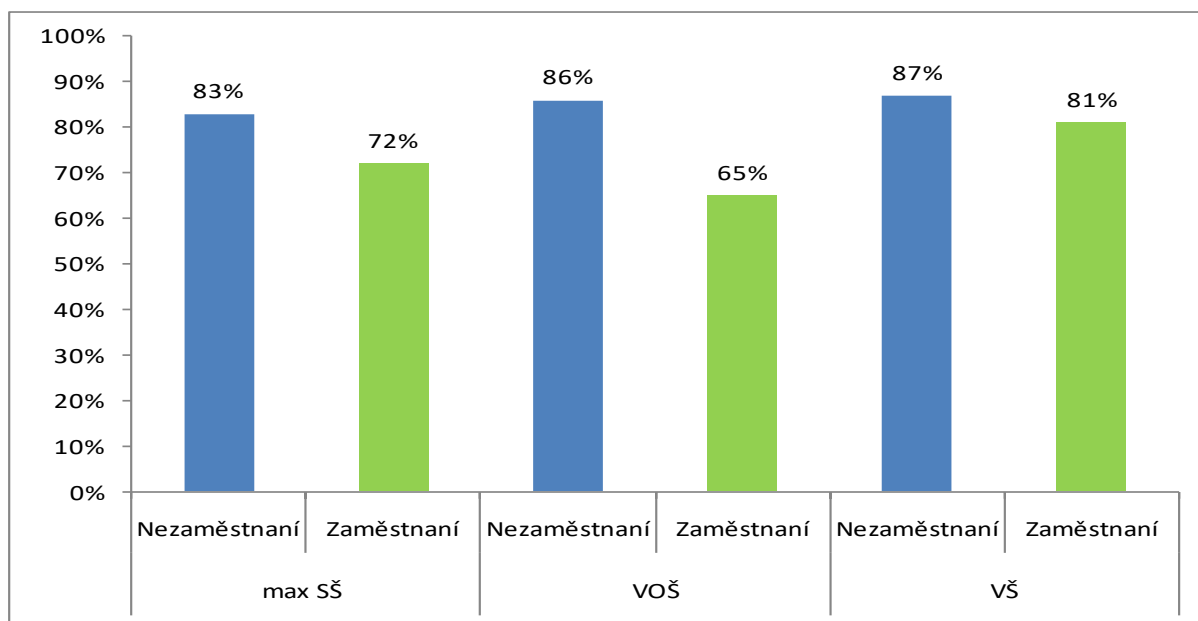
Tito respondenti jsou zařazeni do tří skupin (viz výše), kdy nad 80 % nezaměstnaných respondentů, podniklo konkrétní kroky při hledání nového zaměstnání. U zaměstnaných se projevila aktivita v rozhraní mezi 65 % až 81 %, tato aktivita při hledání zaměstnání je překvapivě vysoká, na to, že již zaměstnání mají.



Mezi jednotlivými skupinami u nezaměstnaných jsou nepatrné rozdíly. Respondenti, kteří dosáhli vysokoškolského studia, bylo aktivních 87 % (39 respondentů odpovědělo z 45), může to být způsobeno tím, že vysokoškoláku nadále přibývá a mnoho z nich hledá zaměstnání. Nejvíce odpovídajících respondentů vystudovalo, veřejné odborné školy a aktivitu při hledání zaměstnání projevilo 86 % (128 respondentů odpovědělo ze 149). S nejnižším počtem odpovídajících, tj. 6 lidí, jsou respondenti s maximálním dosažením střední školy. Kdy aktivitu projevilo 83 % (5 z 6 respondentů).

Jestliže se budeme soustředit na zaměstnané, nejnižší aktivitu projevili lidé s dosaženým vzděláním vysoké odborné školy, tj. 65 % (odpovědělo 180 respondentů z 275). Lze očekávat, že jsou spokojeni ve svém aktuálním zaměstnání. Naopak u lidí s vysokoškolským vzděláním projevilo aktivitu až 81 % (tj. 468 respondentů z 575). Skutečností může být, že hledají zaměstnání se záměrem vyššího finančního ohodnocení či výhodnější podmínky.

**Graf č. 5.1: Projev aktivity nezaměstnaných a zaměstnaných při hledání zaměstnání za 4 týdny, podle vzdělávací struktury<sup>21</sup>**



Zdroj: Federal Reserve Bank Of New York, 2018; vlastní zpracování

<sup>21</sup> Příloha – Js5

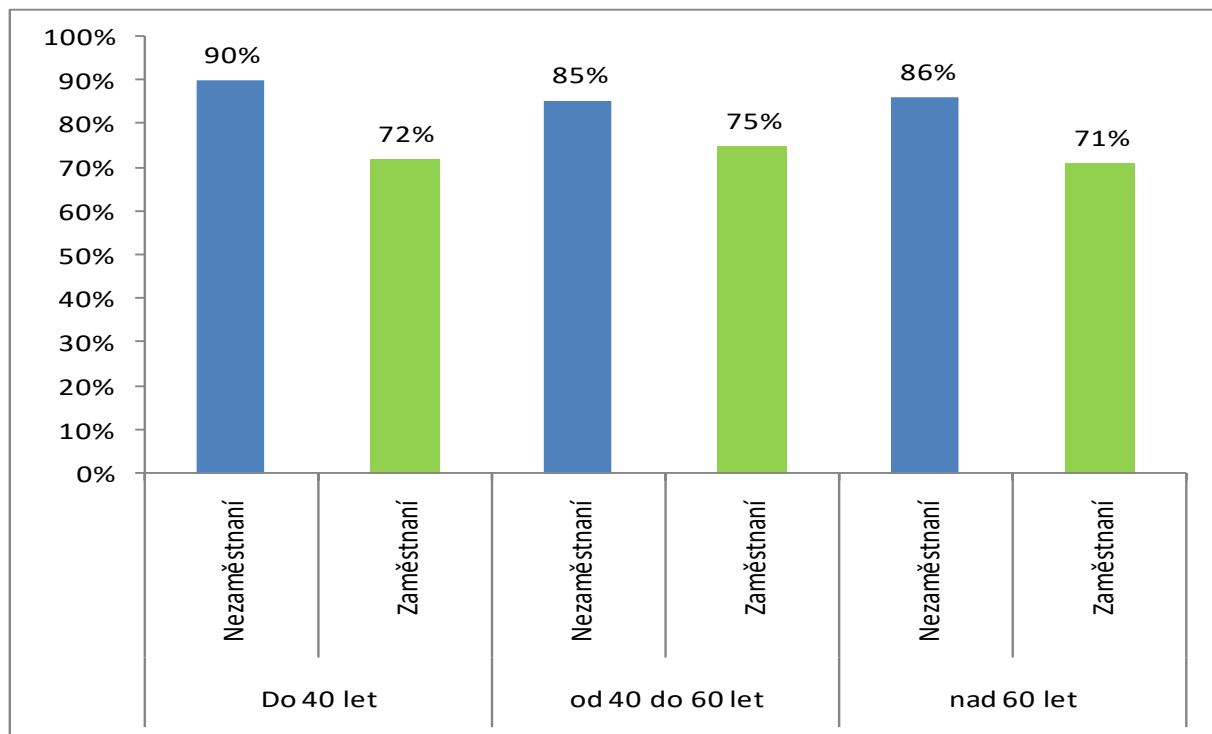
V grafu č. 5.2, také nevidíme žádné velké rozdíly v aktivitě. Respondenti jsou rozčleněni dle věkové kategorie na respondenty do 40 let, 40 až 60 let a lidé nad 60 let. Zde byly také propočteny podíly, jak již bylo zmíněno výše.

Nejvyšší zájem při hledání zaměstnání projevili nezaměstnaní respondenti ve věku do 40 let, až 90 % (22 odpovídajících z 25) respondentů bylo aktivních. Nejpočetnější skupinou odpovídajících byli respondenti ve věku 40 až 60 let (celkem 133 respondentů), kdy aktivitu projevilo 85 % (tj. 114 ze 133) z nich. Ve Spojených státech amerických občané odcházejí do penze v průměrném věku 67 let<sup>22</sup>. Tento důvod, může objasnit, proč je až 86 % (36 odpovídajících z 6) respondentů nad 60 let aktivních při hledání zaměstnání (viz. graf č. 5.2). Poměr mezi zaměstnanými je dosti vysoký, až nad 70 % respondentů, projevilo aktivitu při hledání zaměstnání. Projev aktivity lze také zdůvodnit, jako zvědavost, nové vyhlídky či nespokojenost v současném zaměstnání apod.

---

<sup>22</sup> Odchod do penze- aby vznikl nárok na důchod, musí mít zaměstnanec odpracováno 10 let s minimálním výdělkem 5 200 dolarů ročně

**Graf č. 5.2: Projev aktivity nezaměstnaných a zaměstnaných při hledání zaměstnání za 4 týdny, podle věkové kategorie**



Zdroj: Federal Reserve Bank Of New York, 2018; vlastní zpracování

Jestliže respondenti projeví aktivitu při hledání zaměstnání (viz. graf č. 5.1 a č. 5.2), využívali k hledání zaměstnání určité informační zdroje. Při využívání informačních zdrojů k nalezení zaměstnání skupiny respondentů (nezaměstnaní a zaměstnaní), odpovídali následovně. Je nutné podotknout, že respondenti mohli zvolit jeden a více informačních zdrojů.

Nejvyužívanější metodou při hledání zaměstnání, nezaměstnaní označili internetové portály, jako je např. Snagajob, MONSTER, Indeed atd. Tuto metodu zvolilo celkem 72,9 %. U zaměstnaných tento zdroj byl také nejvyužívanější, avšak internetové portály označilo celkem 61 % respondentů. Jako druhou užívanou metodu hledání zaměstnání respondenti zvolili kontakt se zaměstnavatelem, např. pomocí emailu či telefonátu apod. Třetí v pořadí byly umístěny sociální sítě, jedná se o doporučení od rodiny, přátel či známých, zde jsou zahrnovány i online sociální sítě, tuto metodu použilo 60,8 % nezaměstnaných a pouhých 38,4 % zaměstnaných. V USA jsou nejvyužívanější online sociální sítě pro uchazeče o

zaměstnání např. Facebook, LinkedIn nebo Twitter. Jako druhý nejméně účinný informační zdroj při hledání zaměstnání respondenti (zaměstnaní) zvolili agentury práce, např. Adecco, Randstad, Kelly Service. Tento informační zdroj využilo 16,1 % zaměstnaných respondentů, avšak až 48,3 % respondentů (nezaměstnaní) označilo tento zdroj. K procentuální shodě mezi nezaměstnanými a zaměstnanými respondenty došlo při zvolení nejméně účinného informačního zdroje při hledání zaměstnání, tím je úřad práce. Můžeme si povšimnout, že využívání informačních zdrojů, zaměříme se na pořadí mezi nezaměstnanými a zaměstnanými je stejné (viz. tabulka č. 5.6).

**Tabulka č. 5.6: Využití informačních zdrojů při hledání zaměstnání<sup>23</sup>**

Informační zdroje	Nezaměstnaní	Zaměstnaní
<b>Internetové portály</b>	72,9 %	61,0 %
<b>Kontakt se zaměstnavatelem pomocí emailu</b>	72,6 %	41,9 %
<b>Sociální sítě</b>	60,8 %	38,4 %
<b>Agentura práce</b>	48,3 %	16,1 %
<b>Úřad práce</b>	6,7 %	6,8 %
<b>Celkem odpovědělo</b>	<b>171</b>	<b>889</b>
<b>Celkem neodpovědělo</b>	<b>29</b>	<b>21</b>
<b>Celkem respondentů</b>	<b>200</b>	<b>910</b>

Zdroj: Federal Reserve Bank Of New York, 2018; vlastní zpracování

Podíváme-li se na využití informačních zdrojů, podle věkové kategorie viz tabulka č. 5.7. Nevidíme žádný rozdíl v pořadí, až na jednu výjimku. U nezaměstnaných nad 60 let je, více využívanějším zdrojem kontakt s rodinou či přáteli, tzn. sociální sít' (tj. 67 %), než kontaktovat zaměstnavatele pomocí, např. emailu (tj. 57 %).

U zaměstnaných nad 60 let využívalo sociální sítě jako informační zdroj 27 % respondentů, což je o 2,5krát méně, než tento zdroj využili nezaměstnaní nad 60 let.

Agenturu práce dokonce využilo, až polovina respondentů nezaměstnaných od 40 do 60 let a nezaměstnaných nad 60 let. Kdežto u ostatních respondentů tento informační zdroj zvolilo okolo 20 %. Až 73 % nezaměstnaných respondentů do 40 let využilo kontakt se zaměstnavatelem. Nejméně používaným zdrojem je úřad práce, využití se pohybuje okolo 10

<sup>23</sup> Příloha – Js8

%, až na nezaměstnané nad 60 let, tento zdroj využilo 14 %, naopak nejméně tento zdroj využili zaměstnaní nad 60 let, tj. 3 %. Avšak nejpoužívanější metodou jsou internetové portály ve všech skupinách.

**Tabulka č. 5.7: Využití informačních zdrojů při hledání zaměstnání, podle věkové kategorie<sup>24</sup>**

Informační zdroje	Věková kategorie					
	Nezaměstnaní	Zaměstnaní	Nezaměstnaní	Zaměstnaní	Nezaměstnaní	Zaměstnaní
	do 40 let	do 40 let	od 40 do 60 let	od 40 do 60 let	nad 60 let	nad 60 let
Internetové portály	92 %	75 %	80 %	80 %	70 %	69 %
Kontakt se zaměstnavatelem pomocí emailu	73 %	56 %	67 %	59 %	57 %	54 %
Sociální sítě	66 %	42 %	58 %	37 %	67 %	27 %
Agentura práce	20 %	16 %	47 %	15 %	50 %	19 %
Úřad práce	7 %	6 %	8 %	5 %	14 %	3 %
<b>Celkem odpovídajících nezaměstnaných</b>	<b>171</b>					
<b>Celkem neodpovídajících nezaměstnaných</b>	<b>29</b>					
<b>Celkem odpovídajících zaměstnaných</b>	<b>889</b>					
<b>Celkem neodpovídajících zaměstnaných</b>	<b>21</b>					

Zdroj: Federal Reserve Bank Of New York, 2018; vlastní zpracování

Poslední otázka položená respondentům byla následující: „*Předpokládejme, že vám dnes někdo nabídl zaměstnání. Jaká je nejnižší hodinová mzda, kterou byste přijali?*“ Zde byla věnována pozornost respondentům nezaměstnaným, rozdělení podle struktury vzdělání a věkové kategorie.

Minimální mzda v USA je stanovena na třech úrovních, a to na federální, místní a státní úrovni. Federální minimální mzda platí ve všech státech USA, pokud se na danou pracovní pozici vztahují zákony. Zajímavostí je, že si státy mohou stanovit svou vlastní minimální mzdu. Tato mzda je uplatňována např. u zaměstnance, který nepodniká vně státu a jeho roční obrat nepřesáhne 500 000 dolarů (Novák, 2018).

<sup>24</sup> Příloha – Js8

Dokonce existují dvě úrovně minimální mzdy, a to:

- minimální mzda pro zaměstnance, kteří pobírají spropitné v roce 2018, činí 2,13 \$ za hod. (44,73 Kč)
- minimální mzda pro ostatní zaměstnance v roce 2018, činí 7,25 \$ za hodinu (152,25 Kč).

Nejnižší minimální mzdu v USA mají např. státy jako je Georgia (v roce 2016 činila 5,15\$/za hodinu) nebo Wyoming (v roce 2016 činila 5,15 \$ za hod.). Naopak nejvyšší minimální mzdu mají státy v USA, jako je Kalifornie (v roce 2016 činila 11\$ za hodinu) či Washington D. C (v roce 2016 činila 12,50\$ za hod.) (Novák, 2018).

V tabulce č. 5.8 vidíme za jakou nejnižší mzdu či plat by nezaměstnaní respondenti přijali zaměstnání. Respondenti jsou rozděleni do 3. skupin podle struktury vzdělání. Je nutné podotknout, že do výpočtu průměru a percentilů nebylo zahrnuto 17 respondentů, jedná se o nedůvěryhodné odpovědi (nesmyslná čísla).

Nezaměstnaní respondenti, kteří dosáhli maximálně středoškolského vzdělání, odpověděli, že by okamžitě přijali průměrnou hodinovou mzdu ve výši 10,86 \$/hod. Tato částka je o polovinu menší, než kterou by přijali respondenti s vysokoškolským vzděláním, tj. 22,61 \$/hod. Toto tvrzení je zřejmé, lidé, kteří vystudovali vysoké školy a získali akademické tituly (např. Bc., Mgr., PhD.), očekávají vyšší finanční ohodnocení. Respondenti, kteří absolvovali vysoké odborné školy, by přijali hodinovou mzdu ve výši 16,66 \$/hod.

Jestliže se podíváme na transferovanou hodinovou mzdu z hlediska percentilů, 10 % respondentů s dosažením maximálně středního vzdělání odpovědělo, že by přijalo pro ně akceptovatelnou transferovanou hodinovou mzdu výši 14 \$/hod a víc, což je o 3krát menší hodinová mzda, kterou by přijali lidé s akademickým titulem (VŠ). Těchto 14 \$ za hodinu, které by přijali respondenti s maximálně středním vzděláním, nedosahuje ani průměrné hodinové mzdy respondentů s dosažením vysoké odborné školy, tj. jak již bylo zmíněno 16,66 \$ za hodinu.

**Tabulka č. 5.8: Transferovaná hodinová mzda v roce 2014/2015 podle struktury vzdělání<sup>25</sup>**

Nezaměstnaní	Struktura vzdělání		
	max. SŠ	VOŠ	VŠ
<b>Průměrná hodinová mzda</b>	10,86	16,66	22,61
Percentily	max. SŠ	VOŠ	VŠ
1 %	9	9	9
5 %	9	9	10
10 %	9	10	12
25 %	9	12	15
<b>50 %</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>20</b>
75 %	12	20	27
<b>90 %</b>	<b>14</b>	<b>25</b>	<b>42</b>
95 %	15	30	50
99 %	18	63	53
<b>Celkem odpovědělo</b>	<b>21</b>	<b>61</b>	<b>100</b>
<b>Celkový součet odpovídajících</b>	<b>182</b>		
<b>Celkový součet neodpovídajících</b>	<b>1</b>		
<b>Nezahrnuto respondentů</b>	<b>17</b>		
<b>Počet respondentů</b>	<b>200</b>		

Zdroj: Federal Reserve Bank Of New York, 2018; vlastní zpracování

Jak již bylo uvedeno výše do výpočtu průměru a percentilů nebylo zahrnuto 16 respondentů, jedná se opět o nedůvěryhodné odpovědi.

Zaměříme-li se na tabulku č. 5.9 transferovaná hodinová mzda dle věkové kategorie. Můžeme si povšimnout, že nejvyšší průměrnou hodinovou mzdu, tj. 17,1 \$ za hodinu zvolili respondenti nad 60 let, avšak rozdíly mezi věkovými kategoriemi jsou minimální. Viditelnější rozdíl můžeme spatřit v percentilech, přesněji, kdy 10 % respondentů ve věku do 40 let by přijalo nejvyšší hodinovou mzdu ve výši 29 \$ za hodinu, respondenti od 40 do 60 let ve výši 31 \$ za hodinu a zajímavostí je, že lidé nad 60 let 10 % respondentů by přijalo nejvyšší hodinovou mzdu ve výši 25 \$/ za hodinu, což je nejmenší hodinová mzda z těchto možností, avšak v průměrné hodinové mzdě měla tato kategorie nejvyšší hodnotu. Lze se domnívat, že s věkem rostoucí transferová mzda odráží vyšší zásobu zkušeností. Rozdíly mezi jednotlivými

<sup>25</sup> Příloha – RW2

skupinami jsou však velmi malé. Lze se domnívat, že tato skutečnost může být způsobena např. zajištěním konkurenceschopnosti mezi jednotlivými skupinami nezaměstnaných respondentů.

**Tabulka č. 5.9: Transferovaná hodinová mzda v roce 2014/2015 podle věkové kategorie<sup>26</sup>**

Nezaměstnaní	Věkové kategorie		
	do 40 let	od 40 do 60 let	nad 60 let
<b>Průměrná hodinová mzda</b>	16	16,6	17,1
<b>Percentily</b>	<b>do 40 let</b>	<b>od 40 do 60 let</b>	<b>nad 60 let</b>
1 %	9	9	10
5 %	9	9	10
10 %	9	9	10
25 %	9	10	10
<b>50 %</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>15</b>
75 %	20	18	20
<b>90 %</b>	<b>29</b>	<b>31</b>	<b>25</b>
95 %	30	40	37
99 %	50	50	56
<b>Celkem odpovědělo</b>	<b>41</b>	<b>92</b>	<b>49</b>
<b>Celkový součet odpovídajících</b>	<b>182</b>		
<b>Celkový součet neodpovídajících</b>	<b>1</b>		
<b>Nezahrnuto respondentů</b>	<b>16</b>		
<b>Počet respondentů</b>	<b>200</b>		

Zdroj: Federal Reserve Bank Of New York, 2018; vlastní zpracování

---

<sup>26</sup> Příloha – RW2



## 6 Závěr

Hledání zaměstnání je jedním ze základních procesů na trhu práce. Po dokončení povinné školní docházky, střední či vysoké školy se lidé snaží hledat své pracovní uplatnění podle svých vlastních schopností a preferencí. Proto je zásadní otázkou jak a jaké zaměstnání si najít.

V roce 2017 došlo v USA na trhu práce k růstu pracovních míst. Růst pracovních míst byl silný a stabilní, i přesto, že zemi zasáhly hurikány. Nezaměstnanost stále klesá a růst mezd roste. Ovšem jsou zde některé odvětví ekonomiky a několik regionů, ve kterých země zaostává. Trh práce také čelí dlouhodobým výzvám způsobeným technologickým narušením a polarizací. Nejen, že se tato opatření zlepšují, dokonce i po letech výnosů stále dochází k oživení trhu práce. A navíc, trh práce má pravděpodobně ještě prostor k růstu. Celková míra nezaměstnanosti v USA je 4,4 %, nejnižší od konce roku 2000. Je téměř tolik pracovních míst jako nezaměstnaných.

Hlavním cílem bakalářské práce bylo srovnání způsobů metod získání zaměstnání mezi jednotlivými skupinami na trhu práce.

Teoretická část práce se zaměřuje zejména na hlavní vymezení pojmu trh práce a jeho komponenty vznikající uvnitř. Tedy nabídka, poptávka a nezaměstnanost. Byly popsány základní aspekty a jednotlivé etapy hledání zaměstnání. Zároveň v bakalářské práci je nastíněna účinnost vybraných metod hledání zaměstnání. V závěru teoretické části je popsán národní internetový průzkum Survey of Consumer Expectations nebo-li „Průzkum očekávání spotřebitelů“ a jeho dodatkový model SCE Labor Market Survey. Dále je uvedeno, jak se získávají a tvoří vzorky respondentů.

Praktická část je zaměřena na nezaměstnané respondenty s celkovým počtem 200 a zaměstnané respondenty s celkovým počtem 910, kdy bylo pozorováno, kolik respondentů hledá zaměstnání a jak dlouho hledají zaměstnání. Dále projevy aktivity dle věkové kategorie nebo vzdělání mezi zaměstnanými a nezaměstnanými. Které informační zdroje jsou využívány při hledání zaměstnání mezi nezaměstnanými a zaměstnanými respondenty. A jakou nejnižší transferovanou hodinovou mzdu by nezaměstnaní přijali.

V této bakalářské práci bylo zjištěno, že nezaměstnaní respondenti hledají zaměstnání až o 3,5krát týdnů více než respondenti, kteří zaměstnání mají. Zatímco nezaměstnaní

věnovali hledání zaměstnání v průměru 72,10 týdnů, zaměstnaní jen 20,04 týdnů. Rozdíl může být způsobem skutečností, že zaměstnaní už zaměstnání mají, proto aktivita hledání není tak dynamická, jak u nezaměstnaných. Nejkratší dobou hledání zaměstnání u 10 % respondentů nezaměstnaných je menší než 4 týdny, kdežto u zaměstnaných je nejkratší doba o polovinu menší, tj. 2 a méně týdnů. 10 % respondentů, kteří hledali nejdéle zaměstnání, činí až 156 týdnů a víc, u zaměstnaných je to o 3krát méně, tj. 52 týdnů.

Z hlediska průměrného počtu hodin za 7 dní, který strávili nezaměstnaní hledáním zaměstnání je 13,41 hodin, naopak zaměstnaní strávili hledáním zaměstnání přibližně 4,16 hodin za týden. Toto tvrzení se dalo očekávat, už jen proto, že zaměstnaní respondenti zaměstnání mají.

Rozdíly mezi projevem aktivity nezaměstnaných a zaměstnaných při hledání zaměstnání za 4 týdny, dle struktury vzdělání, nezaměstnaní projevili aktivitu nad 80 %, u zaměstnaných se projevila aktivita v rozhraní mezi 65 % až 81 %, tato aktivita je překvapivě vysoká na to, že již zaměstnání mají. Jestliže se budeme soustředit na zaměstnané, nejnižší aktivitu projevili lidé s dosaženým vzděláním vysoké odborné školy, tj. 65 %. Lze očekávat, že jsou spokojeni ve svém aktuálním zaměstnání. Naopak u lidí s vysokoškolským vzděláním projevilo aktivitu až 81 %. Skutečností může být, že hledají zaměstnání se záměrem vyššího finančního ohodnocení či výhodnější pracovní podmínky.

Z pohledu věkové kategorie, nebyly spatřeny žádné velké rozdíly v projevu aktivity při hledání zaměstnání mezi nezaměstnanými respondenty. Nejvyšší zájem, i když poměry jsou nepatrné, při hledání zaměstnání projevili nezaměstnaní respondenti ve věku do 40 let, až 90 % respondentů bylo aktivních. Ve Spojených státech amerických občané odcházejí do penze v průměrném věku 67 let. Tento důvod, může objasnit, proč 80 % nezaměstnaných respondentů nad 60 let je aktivních při hledání zaměstnání. Při hledání zaměstnání projevilo aktivitu až 70 % zaměstnaných respondentů.

Jak již bylo zmíněno, lidé si snaží hledat zaměstnání podle svých preferencí. Nejdůležitější preferencí uchazeče o zaměstnání je finanční ohodnocení, tj. plat či mzda. Uchazeči o zaměstnání se zajímají o mzdu či plat ještě předtím, než začnou hledat zaměstnání.

Jenže každý uchazeč má jiné představy o mzdě. Podle struktury vzdělání nejvyšší finanční ohodnocení očekávají lidé s vysokoškolským titulem, a to průměrnou hodinovou mzdu 22,61 \$ za hodinu. Důvody jsou patrné. Lidé s maximální dosažení středoškolského studia by přijali průměrnou hodinovou sazbu, která činí 10,86 \$ za hodinu, což je o polovinu nižší než u lidí s vysokoškolským vzděláním. Uchazeči s dokončením vyšší odborné školy by přijali hodinovou mzdu 16,66 \$ za hodinu. Z hlediska věkové kategorie přijatelná transferovaná hodinová mzda je u všech na stejné úrovni okolo 16,5 \$ za hodinu.

Jestliže upustíme od této preference, tj. mzda, každá věková kategorie preferuje odlišné faktory. Mladší lidé preferují lokalitu pracovního místa. Příležitosti pro rozvoj a profesní růst preferuje věková kategorie kolem 40 let. Očekávají, že budoucí zaměstnavatelé nabídnout řadu programů, školení a kurzů, které pomohou zlepšit a rozvíjet jejich dovednosti a dosáhnout, tak profesního růstu. Nejdůležitější věci pro věkovou kategorii nad 40 let při hledání zaměstnání jsou firemní benefity.

Při hledání zaměstnání uchazeči využívají jisté informační zdroje. Ve Spojených státech amerických do nedávných let byla nejpoužívanějším způsobem hledání zaměstnání pomocí informací získávaných ze sociální sítě jedince (doporučení od rodiny a přátel), po níž následovalo používání internetových portálů s nabídkami pracovních míst, agentury práce, přímý kontakt se zaměstnavateli a další. Avšak v posledních letech jako nejúspěšnější metodou hledání zaměstnání na americkém trhu práce se stalo on-line hledání. Jeho využití uchazeči o zaměstnání i zaměstnavateli explodovalo ve velmi krátkém čase. V současné době existuje rozmanitost známých webů s vysokou návštěvností věnovaných hledání zaměstnání. Navzdory rozšiřování online nástrojů pro vyhledávání pracovních míst, od pracovních portálů (Indeed, MONSTER CareerBuilder, USAJobs.Gov a další) až po profesní sociální sítě, jako je např. LinkedIn. I přes tento fenomén většina lidí stále hledá zaměstnání prostřednictvím kontaktu s rodinou a přáteli. Nejméně užívanou metodou, dle odpovídajících respondentů byly agentury práce, jako je např. Adecco, Randstad, Kelly Service nebo také úřad práce.

Jak uvádí Siegel (2005), úspěch si zvláště zajistíme tím, že budete hledat takové pracovní příležitosti, které jsou nejbližší našim zkušenostem a taky představám.

## Seznam použité literatury

### Knižní zdroje

BORJAS, George J. Laboreconomics. Seventh edition, McGraw-Hill international edition. New York: McGraw-Hill Education, 2013. xviii, 569 stran. ISBN 978-1-259-25236-5.

BROŽOVÁ, Dagmar. *Kapitoly z ekonomie trhů práce*. Praha: Oeconomica, 2006. ISBN 80-245-1120-7.

DWIVEDI, D. N. *Microeconomics: Theory And Applications*. India: Dorling Kindersley, 2006. ISBN 81-7758-648-3.

GEISLEROVÁ, Eli a kol. *Mít přehled: průvodce informačními a poradenskými službami pro mládež v ČR*. Praha: Národní institut dětí a mládeže Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy, 2012. ISBN 978-80-87449-02-8.

HRONÍK, František a BARNETOVÁ, Iva. *Jak najít zaměstnání*. V Brně: Motiv Press, 2015. ISBN 978-80-87981-13-9.

JANDURA, Jaroslav. *Jak získat práci*. Praha: Powerprint, 2014. ISBN 978-80-87994-00-9.

JUREČKA, Václav a kol. *Mikroekonomie*. Praha: Grada a. s. Expert, 2013. ISBN 978-80-247-4385-1.

MANKIW, N. G. *Zásady ekonomie*. Praha: Grada Publishing, 1999. ISBN: 80-7169-891-1.

SCHMIED, Zdeněk et al. *Průvodce mzdovou problematikou*. Bohuňovice: Oswald, 2013. ISBN 978-80-260-3171-0.

SIEGEL, Zbyněk. *Jak úspěšně hledat a získat zaměstnání*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-1388-8.

TULEJA, Pavel, NEZVAL, Pavel a MAJEROVÁ, Ingrid, 2014. *Základy mikroekonomie: učebnice pro ekonomické podnikatelské fakulty*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-3577-8.

## Elektronické zdroje

ALDASHEV, Alisher. Theory of Job Search. Unemployment-Participation Tradeoff and Spatial Search with Asymmetric Changes of the Wage Distribution. Mannheim, 2007. Dizertační práce. Univerzita Regensburg, Fakulta ekonomická.

BEGGS, Jodi. "Understanding the Basic Types of Unemployment." ThoughtCo, Aug. 5, 2017. Dostupné z: [thoughtco.com/types-of-unemployment-in-economics-1148113](https://www.thoughtco.com/types-of-unemployment-in-economics-1148113).

BLÖMER, Daisy. *How people search for a job? The difference of job search behavior between younger and older people*. The Netherlands, 2015. University of Twente. Dostupné z: [http://essay.utwente.nl/67553/1/Blomer\\_MA\\_MB.pdf](http://essay.utwente.nl/67553/1/Blomer_MA_MB.pdf)

BRITANNICA. Employment agency. 2018 [online]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/employment-agency#ref336288>

BUSINESS.CENTER.CZ. Zákon o zaměstnanosti. 2018 [online]. Dostupné z: <https://business.center.cz/business/pravo/zakony/zamestnanost/cast1.aspx>

DEEPTALENT. The Ultimate List of HR Recruitment Tools. 2016 [online]. Dostupné z: <https://deeptalent.com/blog/human-resource-recruitment-tools/>

FEDERAL RESERVE BANK OF NEW YORK. License for Survey of Consumer Expectations Data and Questions. 2018 [online]. FRBNY. Dostupné z: <https://www.newyorkfed.org/medialibrary/interactives/sce/sce/downloads/data/FRBNY-SCE-Survey-Core-Module-Public-Questionnaire.pdf>

FORBES. Networking Is Still The Best Way To Find A Job, Survey Says. 2011 [online]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/susanadams/2011/06/07/networking-is-still-the-best-way-to-find-a-job-survey-says/#784e0e454366>

FORBES. *How To Research Salaries When Job Hunting*. 2014 [online]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/nextavenue/2014/05/14/how-to-research-salaries-when-job-hunting/#14ef478677ae>

FRIEDMAN, M. Inflation and Unemployment, Nobel Memorial Lecture, The University of Chicago, 1976.[online] Dostupné z: [https://www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/economic-sciences/laureates/1976/friedman-lecture.pdf](https://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/1976/friedman-lecture.pdf)

GLASSDOOR.*Aboutus*. 2018 [online]. Dostupné z: [https://www.glassdoor.com/about/index\\_input.htm](https://www.glassdoor.com/about/index_input.htm)

HIRINGLAB.ORG. StateoftheLabor Market. The U.S. Labor Market: 2017 Review and Outlook. 2017 [online]. Dostupné z:<http://www.hiringlab.org/2017/12/05/2017-us-labor-market-outlook/>

INDEED. *AboutIndeed*. 2018 [online]. Dostupné z: <https://www.indeed.com/about#our-company>

JOB SEEKER NATION STUDY. Insidethe Mind oftheModern Job Seeker. 2015 [online]. Dostupné z: [https://www.jobvite.com/wp-content/uploads/2015/01/jobvite\\_jobseeker\\_nation\\_2015.pdf](https://www.jobvite.com/wp-content/uploads/2015/01/jobvite_jobseeker_nation_2015.pdf)

KANFER, R., C. R. WANBERG and T. M. KANTROWITZ. Job search and employment: A personality- motivationalanalysis and meta-analyticreview. *JournalofApplied Psychology*, 2001, 86, 837–855. Dostupné z: <http://psycnet.apa.org/buy/2001-18662-003>

LINKEDIN. *O společnosti LinkedIn*. 2018 [online]. Dostupné z: <https://about.linkedin.com/cs-cz>

MONSTER. Ourcompany: Monster Worldwide'shistory, mission and goals. 2018 [online]. Dostupné z: <https://www.monster.com/about/our-company>

NOVÁK, Petr. *Minimální hodinová mzda v USA (přehled dle států 2018)*. 2018 [online]. Dostupné z: <https://chcidoameriky.cz/minimalni-hodinova-mzda-v-usa>

ONLINENEWS PAPERS.COM. Top 50 United StatesNewspapers. [online], 2017. Dostupné z: <http://www.onlinenewspapers.com/Top50/Top50-CurrentUS.htm>

ROGERSON, Richard, Robert SHIMER and Randall WRIGHT. "Search-TheoreticModelsoftheLabor Market: A Survey." *JournalofEconomicLiterature*. 2005, [online].ISSN: 959-988. Dostupné z: <http://home.uchicago.edu/shimer/wp/search-survey.pdf>

SAKS, A. M..MultiplePredictors and criteriaofjobsearchsuccess. *JournalofVocationalBehavior*,2006 [online]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001879108000638>

SNAGAJOB. *We'reSnagajob. And we'rehere to workforyou.* 2018 [online]. Dostupné z: <https://www.snagajob.com/about/>

STUDUJEMEUSA. *Systém vzdělávání v USA.* 2015 [online]. Dostupné z: <https://www.studujemevusa.cz/system-vzdelavani-v-usa/>

THE WORLD BANK. *Unemployment.*2018 [online]. Dostupné z: [https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.ZS?end=2017&locations=US&start=2006&view=chart&year\\_high\\_desc=false](https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.ZS?end=2017&locations=US&start=2006&view=chart&year_high_desc=false)

ULLAH, Noor. Unemployment. Types and theoriesofunemployment. 2011 [online]. Dostupné z: <http://unemployment-info.blogspot.cz/2011/03/types-and-theories.html>

UPTOWORK.COM. Recruiting and HiringStats HR Pros MustKnow in 2018. 2018 [online]. Dostupné z: <https://uptowork.com/blog/hr-statistics#online-recruiting-and-social-media-statistics>

ZIPRECRUITER.*We'reHelpingPeopleFind Great Jobs, and HelpingEmployers Build Great Companies.* 2018 [online]. Dostupné z: <https://www.ziprecruiter.com/about>

## Seznam zkratek

apod.	a podobně
ACS	American Community Survey
CCS	Consumer Confidence Survey
FRBNY	Federální rezervní banka v New Yorku
Kč	Koruna česká (měnová jednotka)
NAIRU	Non Accelerating Inflation Rate of Unemployment
např.	například
SCE	Survey of Consumer Expectations (Průzkum očekávání spotřebitelů)
SCE – LMS	Survey of Consumer Expectations - Labor Market Survey
str.	strana
tj.	to je
tzn.	to znamená
tzv.	takzvaný/é/á
USA	Spojené státy americké
viz.	vidět (odkaz)



Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 10.5.2018

.....  
Tereza Becková

jméno a příjmení studenta

## Seznam příloh

**Q15** - Tabulka č. 5.1: Zda nezaměstnaní hledají zaměstnání

**Js6** - Tabulka č. 5.2: Projev aktivity zaměstnaných při hledání zaměstnání

**Q16** - Tabulka č. 5.3: Délka nezaměstnanosti v počtu měsíců

**Q19** - Tabulka č. 5.3: Délka nezaměstnanosti v počtu měsíců

**Js7** - Tabulka č. 5.4: Průměrná délka hledání zaměstnání vyjádřena v počtu týdnů

**Js9** - Tabulka č. 5.5: Průměrný počet hodin strávený hledáním zaměstnání za 7 dní

**Js8** - Tabulka č. 5.6: Využití informačních zdrojů při hledání zaměstnání

**Js8** - Tabulka č. 5.7: Využití informačních zdrojů při hledání zaměstnání, podle věkové kategorie

**RW2** - Tabulka č. 5.8: Transferovaná hodinová mzda v roce 2014/2015 podle struktury vzdělání

**RW2** - Tabulka č. 5.9: Transferovaná hodinová mzda v roce 2014/2015 podle struktury vzdělání

**Js5** - Graf č. 5.1: Projev aktivity nezaměstnaných a zaměstnaných při hledání zaměstnání za 4 týdny, podle vzdělávací struktury

**Js5** - Graf č. 5.2: Projev aktivity nezaměstnaných a zaměstnaných při hledání zaměstnání za 4 týdny, podle věkové kategorie

## **Jednotlivé přílohy**

### **Příloha č. 1**

#### **Q15**

You just mentioned that you are currently not working but would like to work. Are you  
Currently looking for a job?

☐ Yes

☐ No

**[if Q15 = Yes]**

#### **Q16**

How long have you been unemployed?

Instruction H6.

I have been unemployed for \_\_\_\_\_ month(s)

**[if Q15 = No]**

#### **Q19**

How long have you been out of work?

I have been out of work for \_\_\_\_\_ month(s)

#### **JS5 - JS5**

Have you done anything in the last 4 weeks to lookforwork?

☐ Yes (1)

☐ No (2)

#### **JS6 - JS6)**

Have you done anything in the last 4 weeks to look for new work?

☐ Yes, looking to possibly leave my current job for a new job (1)

☐ Yes, looking for an additional job without leaving my current job (2)

☐ No (3)

**RW2**

Suppose someone offered you a job today in a line of work that you would consider. What is the lowest wage or salary you would accept (before taxes and other deductions) for this job?

RW2a - wages

RW2b:

- ☐ hour (1)
- ☐ week (2)
- ☐ twoweeks (3)
- ☐ month (4)
- ☐ year (5)

**JS7 - JS7**

How long have you been looking for a job?

\_\_\_\_\_ weeks

**JS8 - JS8**

What were all the things you have done to look for work during the last 4 weeks?

- ☐ Contacted an employer directly online or through e-mail
- ☐ Contacted an employment agency or career center
- ☐ Contacted friends or relatives
- ☐ Applied to a job posting online
- ☐ Looked at job postings online
- ☐ Looked at job posting selse where, including help wanted ads

**JS9 - JS9**

And within the last 7 days, about how many total hours did you spend on job search activities? Please round up to the nearest total number of hours.

\_\_\_\_\_ hours